ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ПРИ АДМИНИСТРАЦИИ ПРЕЗИДЕНТА
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ

Сборник материалов
социологических исследований за 2009 год

Минск 2009

Авторский коллектив:

В.О. Беспалый, В.И. Ермак, В.В. Маючий, С.П. Николаенко, В.В. Аржаник, В.И. Фурса, В.М. Литвинович, И.В. Мятникова, Н.А. Шестакова

Под общей редакцией
О.В. Пролесковского

Издание подготовлено по результатам мониторинговых и оперативных социологических исследований, проведенных управлением социологических исследований Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь в 2009 году.

Содержание

Введение

Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь (ИАЦ) продолжает публикацию материалов, подготовленных по итогам национальных и региональных социологических опросов.

Результаты социологических опросов стали неотъемлемой частью системы информационного обеспечения Главы государства и его Администрации, одним из источников принятия научно обоснованных управленческих решений. Поэтому одной из основных задач ИАЦ в соответствии с Положением, утвержденным Указом Президента Республики Беларусь от 13 сентября 2006 г. № 570, является проведение мониторинговых и оперативных социологических исследований.

В непростых условиях социально-политических и экономических преобразований, происходящих в Беларуси, негативного влияния мирового финансового и экономического кризиса руководство республики придает особое значение социологическим исследованиям, позволяющим узнавать истинные настроения и ожидания граждан страны, их запросы и нужды, выявлять происходящие в обществе изменения.

Итоги проводимых социологических исследований являются своеобразным зеркалом, в котором отчетливо видны и достигнутые результаты, и имеющиеся недостатки в деятельности органов государственного управления, выраженные через общественное мнение граждан Беларуси.

Регулярно проводимые социологические опросы помогают обеспечивать эффективную работу механизма обратной связи органов управления с населением, дополняя и конкретизируя статистическую информацию о динамике и тенденциях изменения интересов и запросов, мнений и настроений различных категорий населения. Широкое использование социологических исследований также способствует более глубокому изучению социальных процессов и явлений, позволяет избежать скороспелых, интуитивных заключений и оценок при выработке и принятии необходимых мер в социальной, политической, экономической сферах.

Одним из основных направлений социологических исследований является мониторинг общественно-политической и экономической ситуации в республике, который проводится дважды в год с 1998 года. Это позволяет осуществлять сравнительный анализ за длительный период, выявлять динамику происходящих в обществе и общественном мнении изменений, выделять новые тенденции.

В информационно-аналитических материалах, подготовленных по результатам очередного этапа социологического мониторинга, отражены оценки населения в отношении уровня своего материального положения и социального самочувствия, социально-экономической ситуации в стране, оценки политической обстановки и протестных настроений, приводится характеристика эмоционального состояния граждан республики.

В сборнике дан анализ общественного мнения о наиболее распространенных средствах массовой информации в республике – телевидении, радио, газетах, Интернете.

Заслуживают внимания результаты очередного этапа социологического мониторинга «Мнение населения Беларуси о состоянии работы по дебюрократизации государственного аппарата», которые отражают реакцию населения страны на реализацию Директивы Президента Республики Беларусь от 27 декабря 2006 г. № 2 «О мерах по дальнейшей дебюрократизации государственного аппарата».

В 2009 году Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь проводилось несколько самостоятельных социологических исследований по проблемам молодежи. Основные результаты этих исследований изложены в разделе «Молодежь Беларуси: проблемы и настроения». В нем рассматриваются ценностные ориентации современной белорусской молодежи, ее социальное самочувствие и проблемы, анализируется отношение этой социально-демографической группы к государственным и общественным институтам, государственной политике в целом и молодежной в частности.

Региональные социологические опросы проводились при подготовке и во время проведения двух имиджеобразующих мероприятий страны. Первое – Республиканский фестиваль-ярмарка тружеников села «Дажынкі», который по традиции проводится в малых белорусских городах. Как правило, это существенно влияет на улучшение их облика, а также является достаточно серьезным испытанием для местных властей. В нынешнем году столицей праздника стал город Кобрин, где и был проведен опрос населения. Второе ежегодное знаковое событие в культурной жизни не только страны, но и за ее пределами – Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске». В брошюре представлены материалы комплексного исследования, которое проводилось в дни работы этого международного культурного форума.

При подготовке разделов сборника использованы также материалы очередных этапов социологических мониторингов, выполненных в 2009 году: «Общественное мнение о деятельности органов внутренних дел Республики Беларусь», проведенного во исполнение Государственной программы по борьбе с преступностью на 2006–2010 гг., и «Общественное мнение о состоянии коррупции и эффективности борьбы с ней в

Беларуси», проведенного в соответствии с Государственной программой по борьбе с коррупцией на 2007–2010 гг.

Как правило, республиканские социологические исследования проводились ИАЦ по многоступенчатой комбинированной выборке, квотной на этапе отбора респондентов (контролируемые признаки – пол, возраст), методом интервью «лицом к лицу». В зависимости от качественных характеристик генеральной совокупности опрашивалось от 1 060 до 2 000 респондентов в возрасте от 18 лет и старше во всех областных центрах страны и г. Минске, районных городах и сельских населенных пунктах. Выборка репрезентативна, статистическая погрешность не превышает 3%. Это позволяет утверждать, что результаты исследований отражают мнение взрослого населения республики.

1. Общественное мнение о социально-политической и экономической ситуации в Республике Беларусь[1]

Изучение с помощью социологических методов общественно-политической и экономической ситуации в стране предполагает выявление мнения взрослого населения как о процессах, происходящих в масштабах республики, региона, так и о некоторых аспектах их жизни, непосредственных впечатлениях. В ходе исследования изучаются тенденции, преобладающие при оценке населением социально-экономической ситуации, политической обстановки, выявляется самооценка респондентами своего материального положения и уровня жизни. Особую значимость для органов государственного управления имеет выявление проблем, вызывающих у граждан наибольшее беспокойство, оценка населением эффективности работы местных органов управления и самоуправления, степень доверия институтам гражданского общества.

Совокупность полученных в ходе социологических исследований данных позволяет с высокой степенью точности говорить о состоянии социального самочувствия граждан, которое в значительной мере формируется происходящими в стране экономическими, политическими, идеологическими процессами. Вместе с тем и общественное мнение, которое носит в определенной мере субъективный характер, имеет существенное обратное влияние на происходящие в различных сферах процессы, способствуя или препятствуя реализации проводимых в стране реформ.

Изучение общественного мнения о социально-политической и экономической ситуации является эффективным механизмом обратной связи между государством и обществом и позволяет принимать наиболее правильные и оптимальные решения на всех уровнях управления.

1.1. Оценка населением своего материального положения и социальное самочувствие граждан

При изучении социально-экономической ситуации в стране самооценки населением своего материального положения и уровня жизни являются существенными социологическими характеристиками. Их важность определяется тем, что они отражают состояние происходящих в стране экономических, политических, идеологических процессов и выявляют социальное самочувствие граждан. В ходе проводимого ИАЦ

[1] Очередной (двадцать третий) этап социологического мониторинга «Общественное мнение о социально-политической ситуации в Республике Беларусь» проведен в апреле–мае 2009 г. Всего по республиканской выборке методом интервью «лицом к лицу» по месту жительства опрошено 2 002 человека во всех областных центрах страны и г. Минске, ряде районных городов и сельских населенных пунктов. Выборка многоступенчатая, комбинированная, на этапе отбора респондентов – квотная (контролируемые признаки – пол, возраст). Статистическая погрешность не превышает 3%.

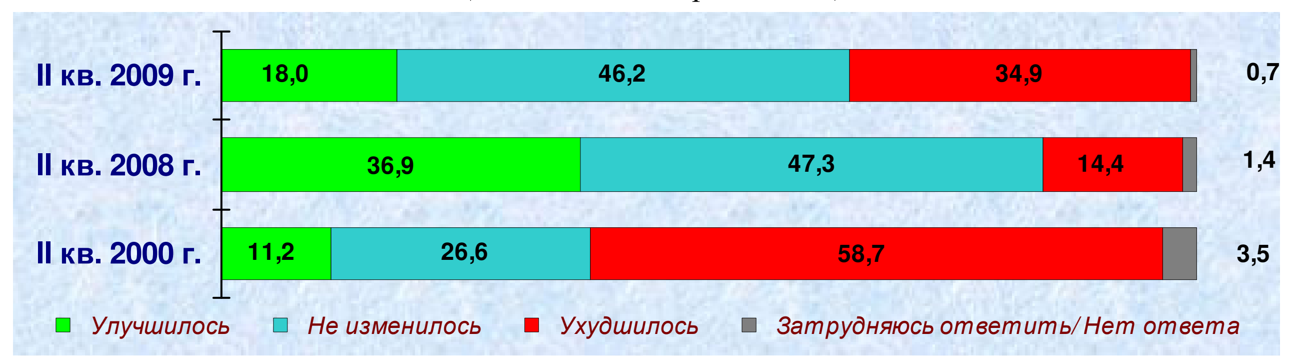
социологического мониторинга эти показатели замеряются на протяжении ряда лет, что позволяет отслеживать их динамику.

Несмотря на изменения, происшедшие с начала года в экономике страны (девальвация белорусского рубля, рост цен, сужение рынков сбыта), у населения преобладает мнение, что его **материальное положение** за последний год осталось стабильным (46,2%), а у 18,0% оно улучшилось. Ощутили **ухудшение своего материального положения** за указанный период треть наших граждан, что существенно меньше показателя 2000 года (см. диаграмму 1).

Диаграмма 1

Оценка респондентами изменения своего материального положения

(в % от числа опрошенных)

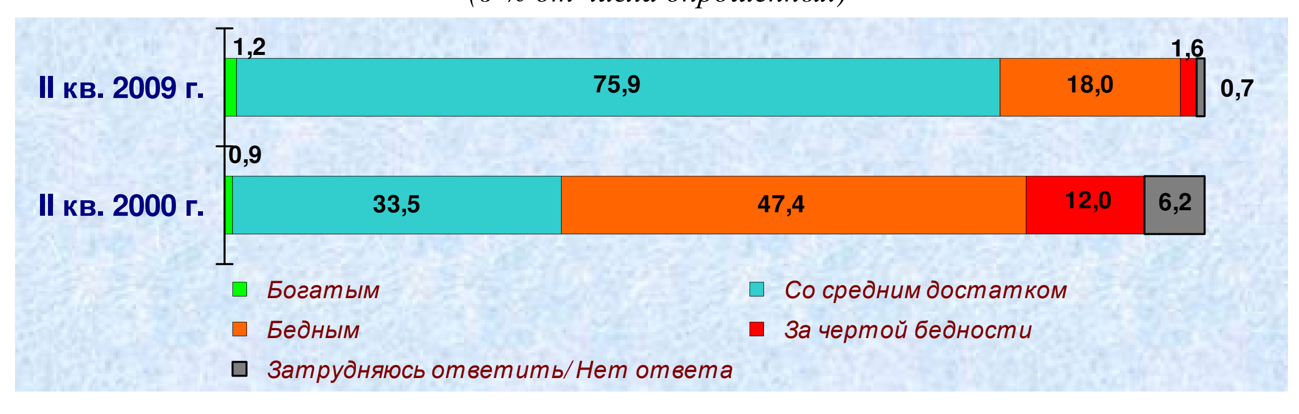


За прошедший год **практически не изменилась самоидентификация респондентов по уровню жизни**. Если во II квартале 2008 г. считали себя человеком со средним достатком 76,9% опрошенных, а причисляли к бедным 16,4%, то в 2009 году эти позиции отметили соответственно 75,9% и 19,6% респондентов. По сравнению со II кварталом 2000 г. более чем в два раза увеличилось число тех, кто считает свой достаток средним, в три раза уменьшилось количество бедных (см. диаграмму 2).

Диаграмма 2

Распределение ответов респондентов на вопрос **«Кем Вы себя считаете?»**

(в % от числа опрошенных)

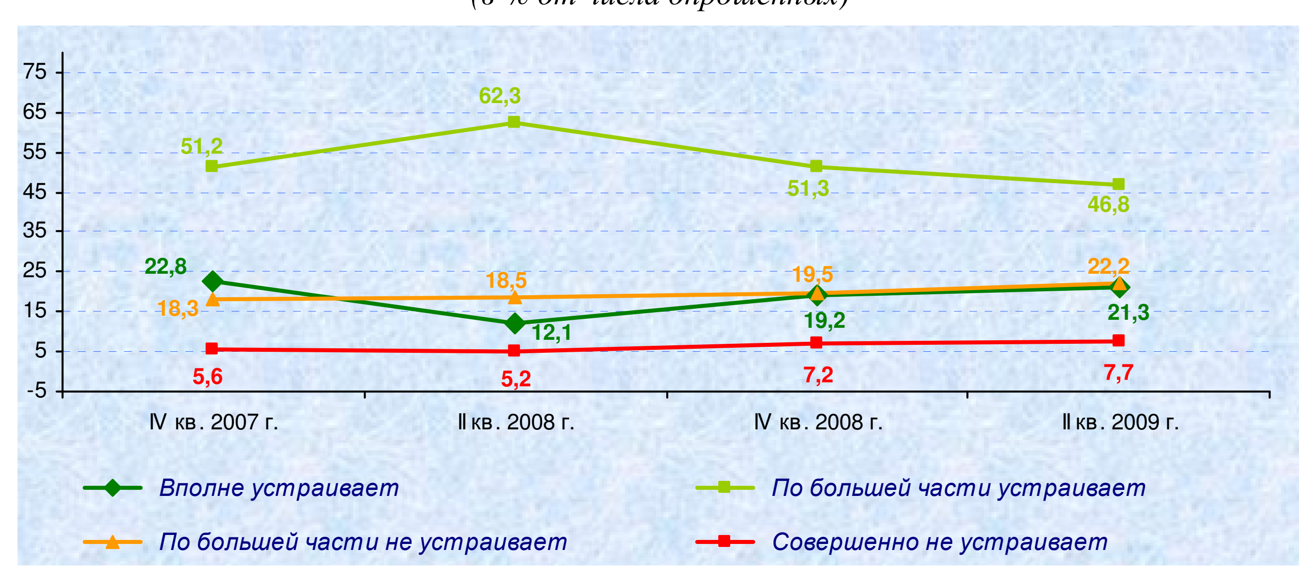


Если в 2000 году к категории бедных отнесли себя 57,4% опрошенных пенсионеров, то в 2009-м – 23,8%. Среди рабочих сельского хозяйства доля таких ответов за этот период снизилась с 59,8% до 19,8%.

Социальное самочувствие населения. Результаты исследования показывают достаточно высокий **уровень удовлетворенности граждан своим жизненным положением**. На момент опроса, проведенного во II квартале 2009 г., большинство респондентов – 68,1% – отмечали, что их устраивает то, как складывается жизнь в настоящее время. Вместе с тем за год с 23,7 до 29,9% увеличилось число респондентов, не удовлетворенных своим теперешним положением (см. диаграмму 3).

Диаграмма 3

Динамика распределения ответов респондентов на вопрос
«В какой мере Вас устраивает сейчас Ваша жизнь?»
(в % от числа опрошенных)



У белорусских граждан по-прежнему **преобладают положительные эмоции** (**56,7%** участников опроса в последнее время ощущают спокойствие, надежду, уверенность, интерес, радость), однако для **41,2%** респондентов характерно **негативное эмоциональное состояние**: усталость, безразличие, тревога, беспомощность, обида, страх, отчаяние. Для сравнения: год назад соотношение носителей положительных и отрицательных эмоций составляло соответственно 64,7 и 34,0%.

Уверенность в своем завтрашнем дне в настоящее время высказывают 54,5% опрошенных, что меньше, чем год назад (65,7%). Количество респондентов, давших отрицательный ответ, за год возросло на 13,8% (с 28,1 до 41,9%). Больше оптимизма при оценке своего будущего проявляет молодежь до 30 лет – 65,4% опрошенных, среди социально-профессиональных групп – руководители различного уровня, специалисты производственной или коммерческой сфер (60–62%).

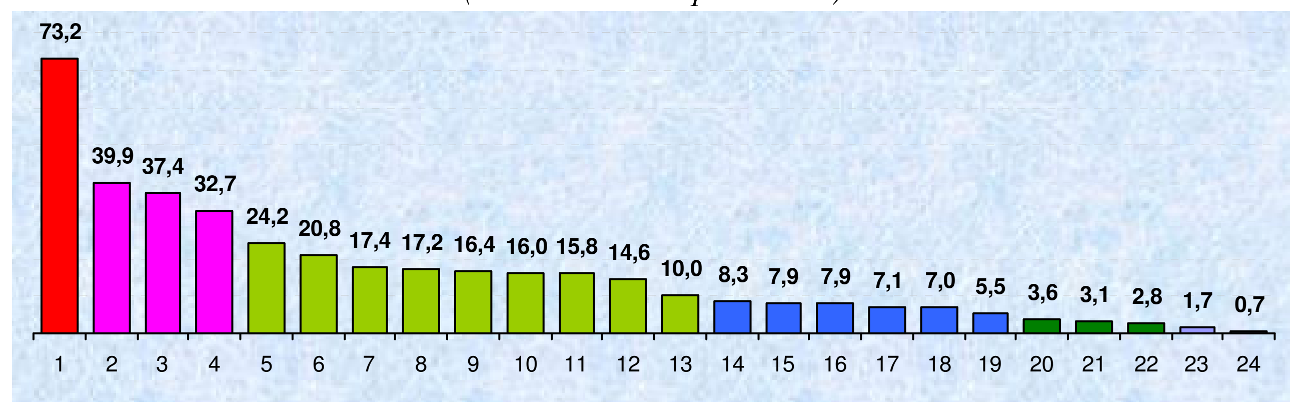
1.2. Проблемы, вызывающие у граждан наибольшее беспокойство

Для большинства населения в начале 2009 года наиболее волнующей проблемой по-прежнему являлся **рост цен** – на это указали **73,2%** опрошенных (год назад это отмечали 67,9%). Вторым по значимости тревожащим фактором граждане назвали **распространение алкоголизма (39,9%),** затем идут **проблема безработицы (37,4%),** жилищная проблема (32,7%). Каждого четвертого респондента продолжают тревожить вопросы преступности, каждого пятого – воспитание молодежи (см. диаграмму 4).

Диаграмма 4

Проблемы, которые вызывают у населения наибольшее беспокойство

(в % от числа опрошенных)



1. Рост цен
2. Алкоголизм
3. Безработица
4. Жилищная проблема
5. Преступность
6. Воспитание молодежи
7. Низкий уровень культуры населения
8. Ситуация в сфере здравоохранения
9. Расслоение общества на бедных и богатых
10. Недостаточная социальная защита граждан
11. Наркомания
12. Коррупция
13. Неэффективность государственного управления
14. Экологические проблемы (охраны окружающей среды)
15. Ситуация в сфере образования
16. Положение в сельском хозяйстве
17. Демографическая ситуация (рождаемость, смертность)
18. Ситуация в сфере жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ)
19. Положение в промышленности
20. Угроза террористических актов
21. Энергетическая безопасность
22. Политические противоречия внутри страны
23. Межнациональная напряженность
24. Напряженность на религиозной почве

Год назад в ранжированном перечне проблем, наиболее беспокоящих граждан, на первых местах также находились рост цен, жилищная проблема и алкоголизм. Четвертое ранговое место занимала проблема безработицы. Надо отметить, что количество респондентов, обеспокоенных безработицей, за год увеличилось на 8,1%.

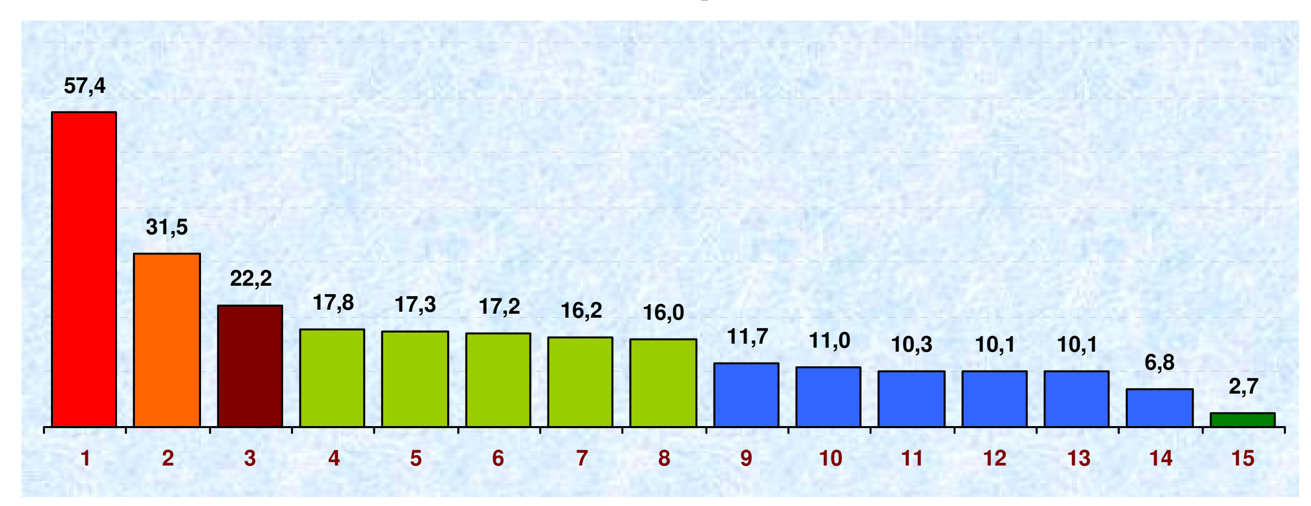
Такая проблема как алкоголизм больше затрагивает жителей Минска – ее назвали 50,7% опрошенных, на безработицу указали 53,5% жителей Брестской области. Рост цен больше задевает рабочих аграрного комплекса – 82,9% ответов. Среди них и более высок уровень беспокойства по поводу безработицы – 46,8%.

Среди **международных проблем** население больше всего беспокоят финансово-экономический кризис (57,4%), распространение международного

терроризма (31,5%). Внешняя политика США тревожит 22,2% опрошенных. Меньшую часть наших граждан волнуют процессы, происходящие в рамках СНГ: замедление процесса строительства Союзного государства Беларуси и России – 17,8%; конфликты между отдельными странами СНГ – 17,3%. Неопределенность в отношениях с Западом отмечают 17,2%, процесс расширения НАТО и размещения военной инфраструктуры блока в сопредельных странах – 16,2% опрошенных (см. диаграмму 5).

Диаграмма 5

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Что из перечисленного в наибольшей степени беспокоит Вас в международной обстановке?»
(в % от числа опрошенных)



1. Мировой финансово-экономический кризис
2. Распространение международного терроризма
3. Внешняя политика США
4. Замедление процесса строительства Союзного государства Беларуси и России
5. Конфликты между отдельными странами СНГ
6. Неопределенность в отношениях с Западом
7. Процесс расширения НАТО и размещения военной инфраструктуры блока в сопредельных странах
8. Распространение международного наркобизнеса
9. Сохранение военных конфликтов на Ближнем Востоке
10. Политика «двойных стандартов» в международных отношениях
11. Неспособность ведущих мировых государств вырабатывать согласованную политику против возникающих угроз
12. Ослабление роли ООН в регулировании международных отношений
13. Предполагаемое размещение противоракетной обороны (ПРО) США в Чехии и Польше
14. Рост напряженности в Центральной Азии (Афганистан, Таджикистан, Киргизия)
15. Провозглашение и признание со стороны ряда государств независимости Косово

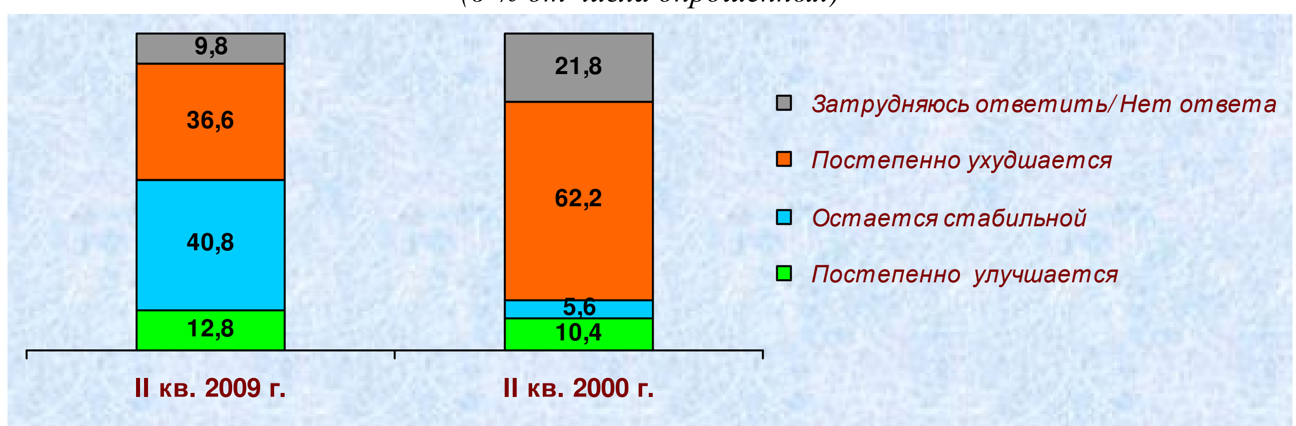
1.3. Оценка социально-экономической ситуации в Беларуси

В настоящее время социально-экономическую ситуацию в республике, несмотря на негативные последствия мирового финансового кризиса, 40,0% опрошенных оценивают как стабильную, 12,8% участников опроса считают, что она улучшается. Постепенное ухудшение социально-экономического положения отмечают 36,6%**.** По сравнению с 2000 годом уровень критичности общественного мнения по этому вопросу существенно снизился – тогда ухудшение ситуации отмечали 62,2% опрошенных, стабильность – лишь 5,6% (см. диаграмму 6).

Диаграмма 6

Оценка респондентами изменения социально-экономической ситуации в Беларуси в 2000 и 2009 гг.

(в % от числа опрошенных)



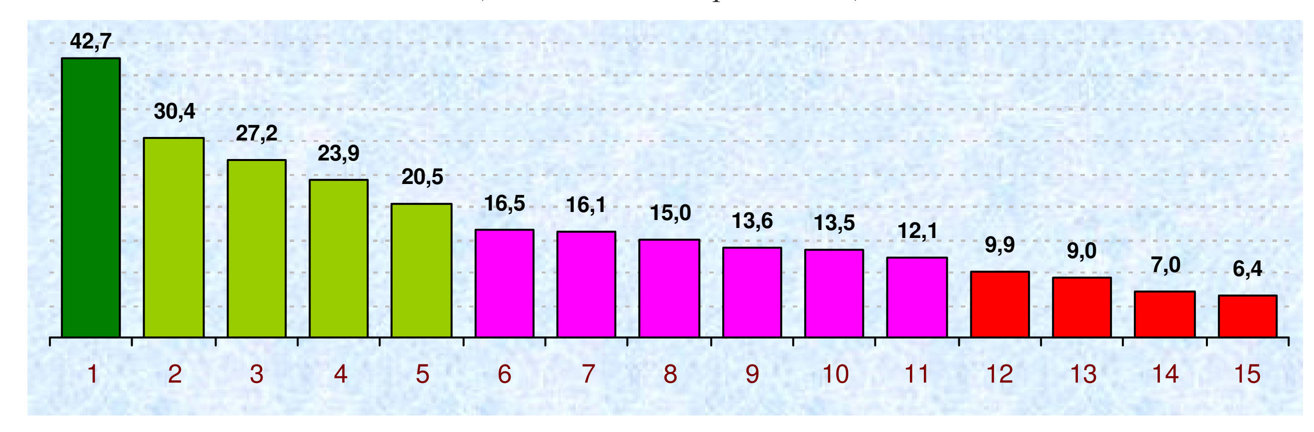
Более критичны в оценках динамики экономической ситуации горожане по сравнению с жителями сельской местности – соответственно 40,7 и 25,7% негативных оценок, служащие и специалисты реального сектора экономики – 45,9%.

По мнению респондентов, **улучшению социально-экономической ситуации в республике** прежде всего будет способствовать укрепление союза с Россией и другими странами СНГ – 42,7% (см. диаграмму 7). Надо отметить, что эта позиция стояла на первом месте и год назад – 41,6% ответов.

Диаграмма 7

Меры, способствующие улучшению социально-экономической ситуации в республике

(в % от числа опрошенных)



1. Укрепление союза с Россией и другими странами СНГ
2. Обеспечение реальной социальной защиты населения
3. Развитие рыночных отношений
4. Расширение экономических связей с западными странами
5. Укрепление законности и правопорядка в республике
6. Проведение экономических реформ медленно и осмотрительно
7. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса
8. Усиление государственного контроля и регулирования
9. Поддержка государственных предприятий
10. Привлечение иностранного капитала
11. Энергичное проведение экономических реформ
12. Обеспечение равных условий для развития всех форм собственности
13. Строительство АЭС
14. Осуществление мер по экономии и сбережению энергоресурсов
15. Либерализация экономики

По мнению населения, необходимо также совершенствовать работу по обеспечению реальной социальной защиты 30,4% (в 2008 году – 31,7%). **Развитие рыночных отношений** как фактор улучшения социально-экономической ситуации отметили более четверти опрошенных (**27,2%**), **хотя еще год назад усиление рыночного регулирования выбрали лишь 5,2%**. Расширение экономических связей с западными странами предлагают 23,9% (19,7%). По-прежнему значительная часть населения (20,5%) в этом контексте обращает внимание на укрепление законности и правопорядка в республике (в 2008 году – 23,5%).

1.4. Оценка политической обстановки в стране, отношение населения к политическим партиям, оппозиции

Для изучения общественного мнения о политической ситуации в республике в мониторинговом режиме делаются замеры по таким показателям как оценка респондентами политического курса страны, степень напряженности политической обстановки, определение уровня доверия политическим партиям, общественным, религиозным организациям.

Большинство опрошенных белорусов (**72,6%**) по-прежнему считают, что **Беларусь развивается в правильном направлении** (год назад уверенность в выбранном курсе высказали 73,9% опрошенных). Не согласны с этим 19,3% участников опроса (год назад – 16,7%). Более критичны в оценках политического курса студенты (32,8% негативных оценок), горожане в сравнении с сельчанами – соответственно 22,6 и 10,4% опрошенных.

Политическую обстановку в Беларуси большинство респондентов (70,3%) считают **спокойной** (год назад – 79,3%). Оценивают ее как напряженную 22,0% участников опроса (год назад – 12,1%). Назвали политическую обстановку в стране критической, взрывоопасной 2,6% (1,1%).

Среди органов власти, структур управления **граждане республики** на протяжении ряда лет **выделяют** высшее должностное лицо государства – **Президента**. В ходе социологического опроса во II квартале 2009 г. свое доверие Президенту высказали **77,4%**. Десять лет назад (II квартал 1999 г.) уровень доверия составлял 53,0%. Большая часть граждан Беларуси доверяют Правительству (70,0%), Парламенту (Национальному собранию) – 69,2%, местным органам власти (57,4%), см. диаграмму 8.

При оценке политических партий, общественных, религиозных организаций население выделяет церковь – о своем доверии этому институту заявили 77,4% опрошенных. Около половины респондентов доверяют таким структурам как БРСМ и профсоюзам, входящим в Федерацию профсоюзов Беларуси (ФПБ).

Не пользуются доверием в глазах общественного мнения прежде всего такие социальные институты как оппозиционные партии (56,8% отрицательных оценок) и профсоюзы, не входящие в Федерацию профсоюзов Беларуси (41,9%), см. диаграмму 9.

Диаграмма 8

Распределение ответов респондентов на вопрос
«В какой степени Вы доверяете следующим органам власти?»
(в % от числа опрошенных)

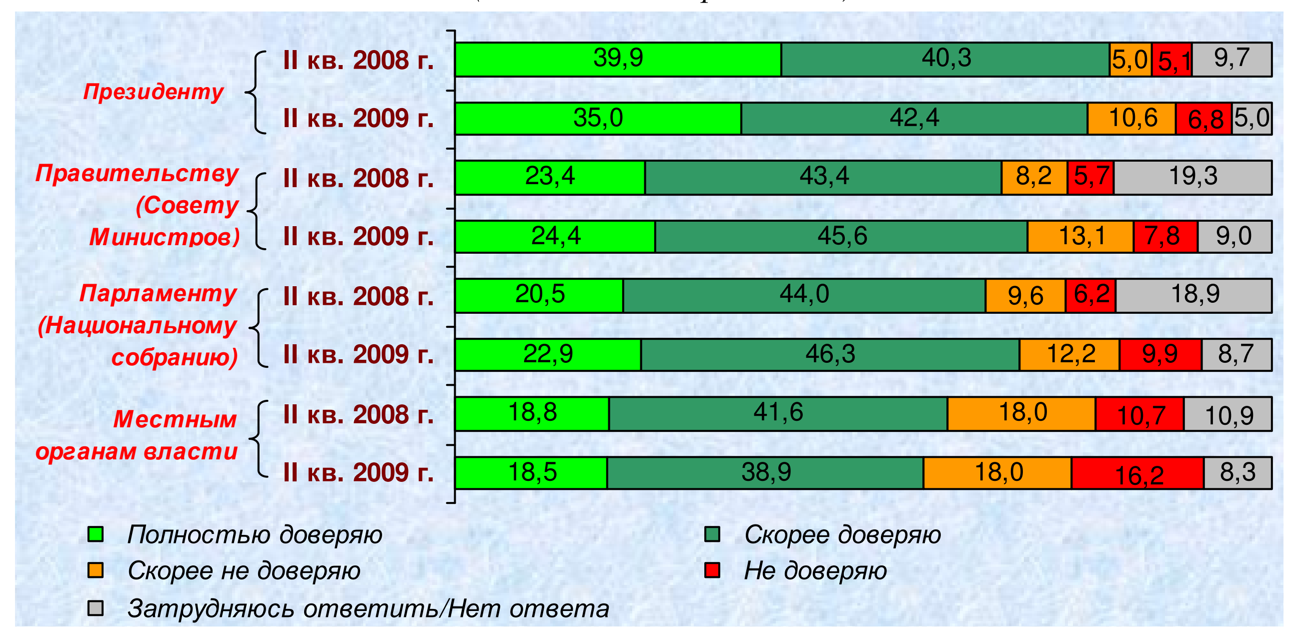
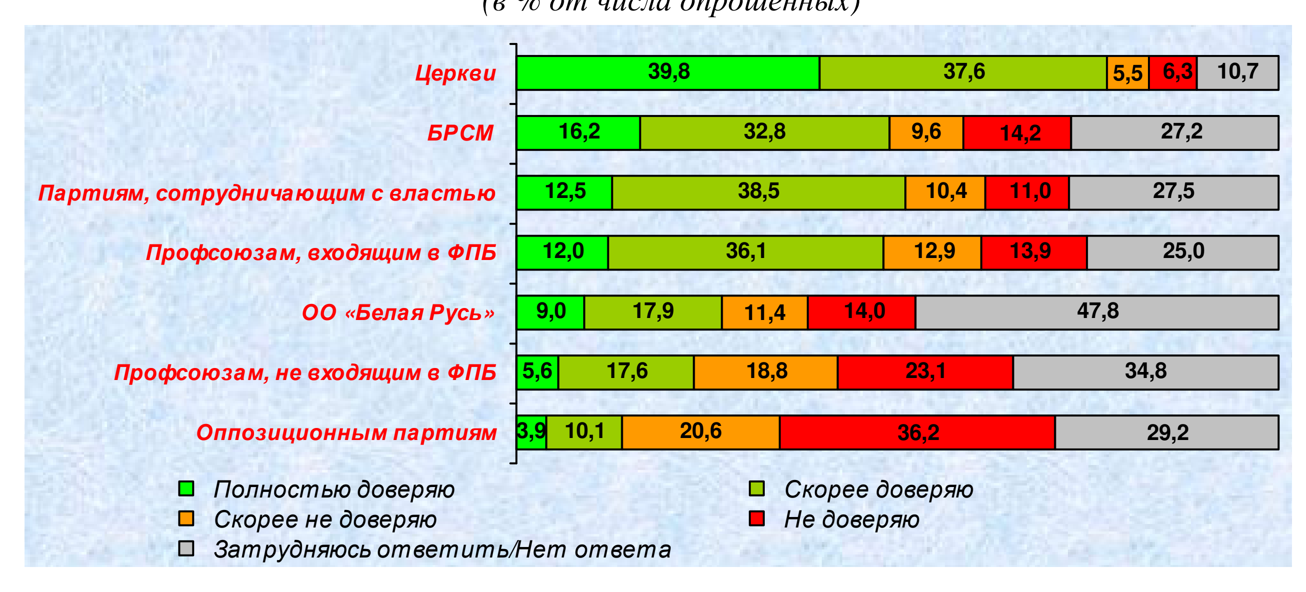


Диаграмма 9

Распределение ответов респондентов на вопрос
«В какой степени Вы доверяете следующим социальным институтам?»
(в % от числа опрошенных)



На вопрос *«Идеи и программы каких из перечисленных политических партий республики более всего совпадают с Вашими убеждениями?»* **24,6%** респондентов отметили: «**ни одной из названных**», а **66,1%** указали, что **незнакомы с идеями и программами** названных партий.

Среди политических партий респонденты выделили Белорусскую партию «Зеленые» – 1,7% отметили, что ее идеи более всего совпадают с их убеждениями. Столько же сторонников набрала Либерально-демократическая партия. Третье место заняла Белорусская аграрная

партия – 1,4%, затем идут Белорусская патриотическая партия – 1,3%, Белорусская социально-спортивная партия – 1,2%. Ровно по одному проценту набрали Белорусская социал-демократическая партия (Грамада), Коммунистическая партия Беларуси, Республиканская партия труда и справедливости. Остальные политические партии назвали от 0,8 до 0,4% опрошенных.

Год назад (во II кв. 2008 г.) наибольшее число граждан выразили доверие Белорусской аграрной партии, Либерально-демократической партии, Белорусской партии «Зеленые», партии «Белорусская социал-демократическая Грамада», Коммунистической партии Беларуси – их назвали от 2,5 до 1,7% опрошенных.

Взгляды на **значение оппозиции** у респондентов различаются. Наиболее многочисленная часть наших граждан считают, что она **не играет никакой роли** в белорусском обществе – 42,0% опрошенных (в 2008 году – 44,6%). Конструктивную роль оппозиции в обществе как активизирующую деятельность государственной власти отметили 13,0% опрошенных (12,2%). Деструктивность ее действий, ведущих к политической нестабильности в нашем обществе, отмечают 18,0% (19,5%). Более четверти участников опроса (26,5%) не имеют определенного взгляда на роль оппозиции в белорусском обществе (в 2008 году – 23,6%). Как видно, общественное мнение по этому вопросу за год практически не изменилось.

В реализации стратегических задач, поставленных перед органами власти в настоящее время, важное значение имеет осознание идей и ценностей, которые могут сплачивать нацию, способствовать развитию общества.

Среди **идей и ценностей,** которые в настоящее время могли бы **способствовать дальнейшему развитию белорусского общества**, граждане республики выбирают прежде всего те, которые олицетворяют устойчивость и стабильность: сильное государство – 49,5%, крепкая семья – 47,7%, стабильность как принцип в целом – 43,4%, законность и порядок – 37,8% опрошенных. Треть респондентов в качестве таких ценностей называют здоровье нации и социальную защищенность.

Такие идеи и ценности как равенство, свобода, независимость и суверенитет, церковь называют от 17 до 11% опрошенных. На периферии общественного мнения находятся такие идейные ориентиры как коммунизм, капитализм, западный образ жизни (см. диаграмму 10).

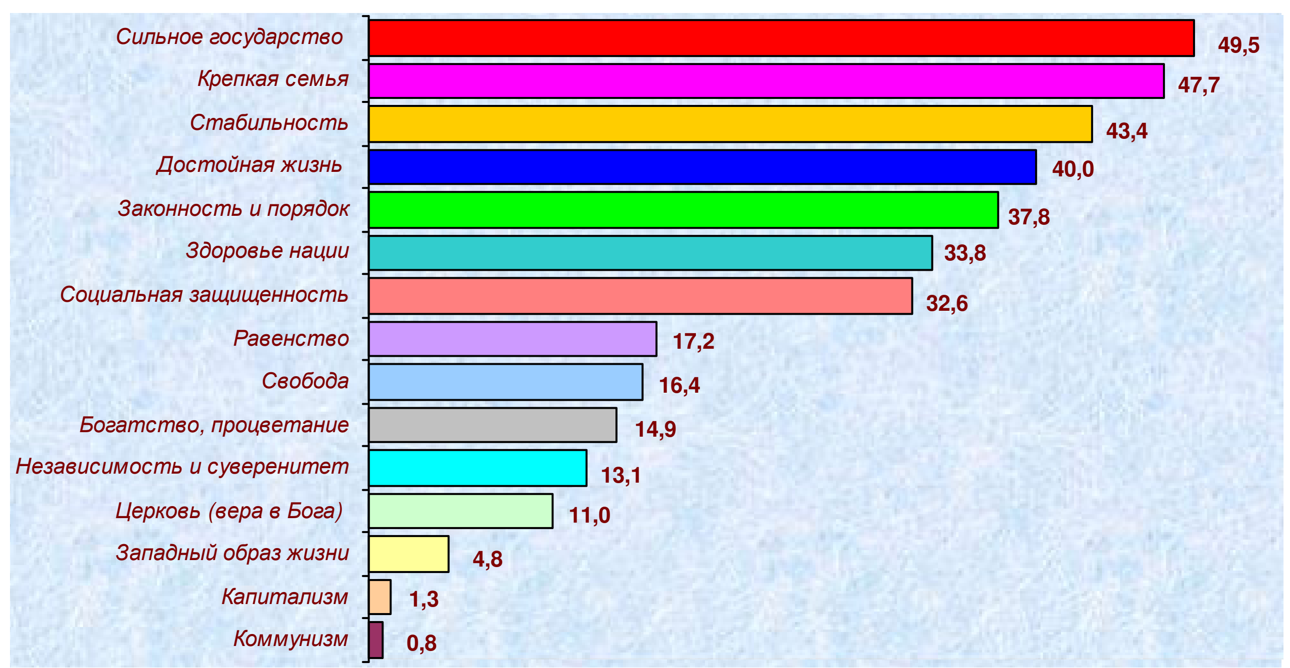
Опрошенная молодежь выбирает в качестве доминирующих те же ценности, что и граждане всей страны: крепкая семья – 43,5%, сильное государство – 43,1%, стабильность – 42,7%. Несколько больше для молодых людей значимы такие идеалы как богатство, процветание – 19,5%, западный образ жизни – 7,7% (среди студентов – 10,4%).

Диаграмма 10

Распределение ответов респондентов на вопрос

«Как Вы считаете, какие идеи и ценности в настоящее время могли бы способствовать дальнейшему развитию белорусского общества?»

(в % от числа опрошенных)



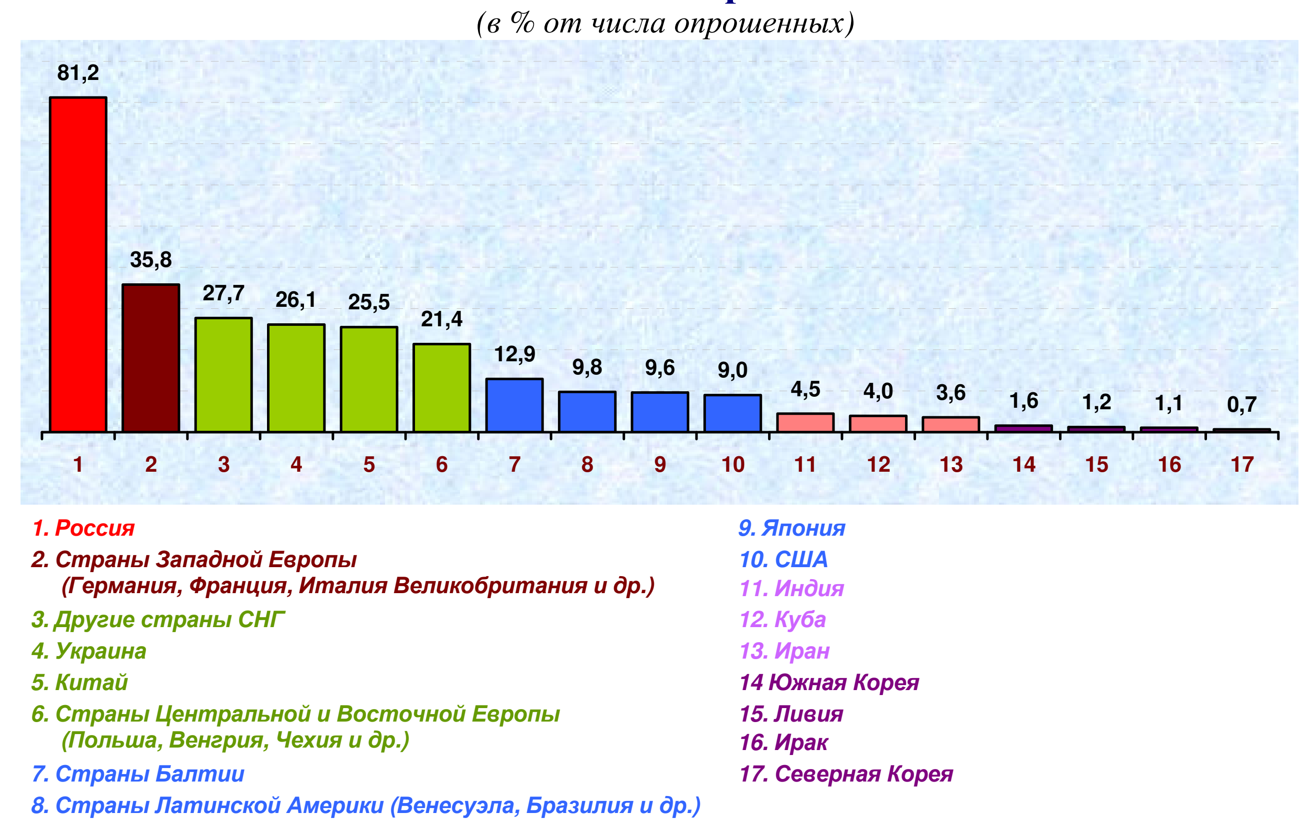
1.5. Общественное мнение о приоритетах межгосударственного сотрудничества

Как показывают данные социологического мониторинга, внешнеполитические приоритеты на протяжении десятилетия являются своеобразной константой, не претерпевающей изменений. В ходе исследования, проведенного во II квартале 2009 г., подавляющее большинство белорусских граждан (81,2%) по-прежнему считают, что в настоящее время больше всего интересам нашей страны соответствует тесное сотрудничество с Россией (в 2008 году – 80,0%). Страны Западной Европы (Германия, Франция, Великобритания, Италия и др.) отметили 35,8% респондентов (в 2008 году – 30,2%). По мнению более четверти опрошенных, такими партнерами для Беларуси должны быть страны СНГ, Украина и Китай. Пятая часть респондентов выделяют бывших соседей по социалистическому лагерю – страны Центральной и Восточной Европы (Польша, Венгрия, Чехия и др.).

На страны Балтии, Латинской Америки (Венесуэла, Бразилия и др.), Японию ориентируются от 13 до 10% опрошенных. Несколько выросла доля респондентов, отмечающих, что в настоящее время интересам нашей республики соответствует тесное сотрудничество с США (с 4,1 до 9,0%), см. диаграмму 11.

Диаграмма 11

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Тесное сотрудничество с какими странами, по Вашему мнению, в наибольшей степени соответствует интересам нашей страны в настоящее время?»
(в % от числа опрошенных)



1. Россия
2. Страны Западной Европы (Германия, Франция, Италия Великобритания и др.)
3. Другие страны СНГ
4. Украина
5. Китай
6. Страны Центральной и Восточной Европы (Польша, Венгрия, Чехия и др.)
7. Страны Балтии
8. Страны Латинской Америки (Венесуэла, Бразилия и др.)
9. Япония
10. США
11. Индия
12. Куба
13. Иран
14 Южная Корея
15. Ливия
16. Ирак
17. Северная Корея

Мониторинг также показал, что у населения находят поддержку предпринимаемые руководством страны шаги, направленные на **активизацию контактов с Западом**. О том, что это соответствует интересам государства, заявили 62,9% опрошенных, противоположного мнения придерживается десятая часть населения – 10,2%. Четверть наших граждан не имеют определенного мнения по этому вопросу.

Данный этап социологического мониторинга показал изменение общественного мнения в оценках социально-экономической ситуации в стране и собственного материального положения граждан за последний год. В этот период увеличилось количество респондентов, отметивших ухудшение социально-экономической ситуации в целом и своего материального положения в частности.

Вместе с тем практически не изменилась самоидентификация наших граждан по уровню жизни: большинство по-прежнему относят себя к категории лиц со средним достатком.

В перечне проблем, которые в настоящее время актуальны для республики, доминируют экономические, связанные с благосостоянием граждан, – рост цен и соответственно – преодоление инфляции,

повышение занятости. Не снижается обеспокоенность населения распространением алкоголизма, уровнем преступности.

Произошедшие в республике девальвация и рост цен в целом не отразились на высоком уровне доверия основным институтам и органам власти (Президенту, Правительству, Парламенту). Три четверти населения считают, что Беларусь развивается в правильном направлении. Политическую обстановку в Беларуси большинство граждан продолжают оценивать как спокойную.

Подавляющее большинство белорусских граждан, как и год назад, считают, что в настоящее время больше всего интересам нашей страны соответствует тесное сотрудничество с Россией. В то же время население республики в полной мере поддерживает предпринимаемые шаги, направленные на активизацию контактов с Западом.

2. Процесс дебюрократизации государственного аппарата в общественном мнении граждан республики

В современных условиях взят курс на дебюрократизацию деятельности государственных органов власти: принят ряд документов, призванных максимально облегчить процедуру решения проблем граждан, обращающихся в государственные органы.

Личный опыт общения с работниками государственных учреждений формирует у населения определенное представление о государственной власти в целом, поэтому особенно важно знать преимущества и недоработки в сфере работы с гражданами. Социологические исследования – надежный инструмент для определения данных факторов.

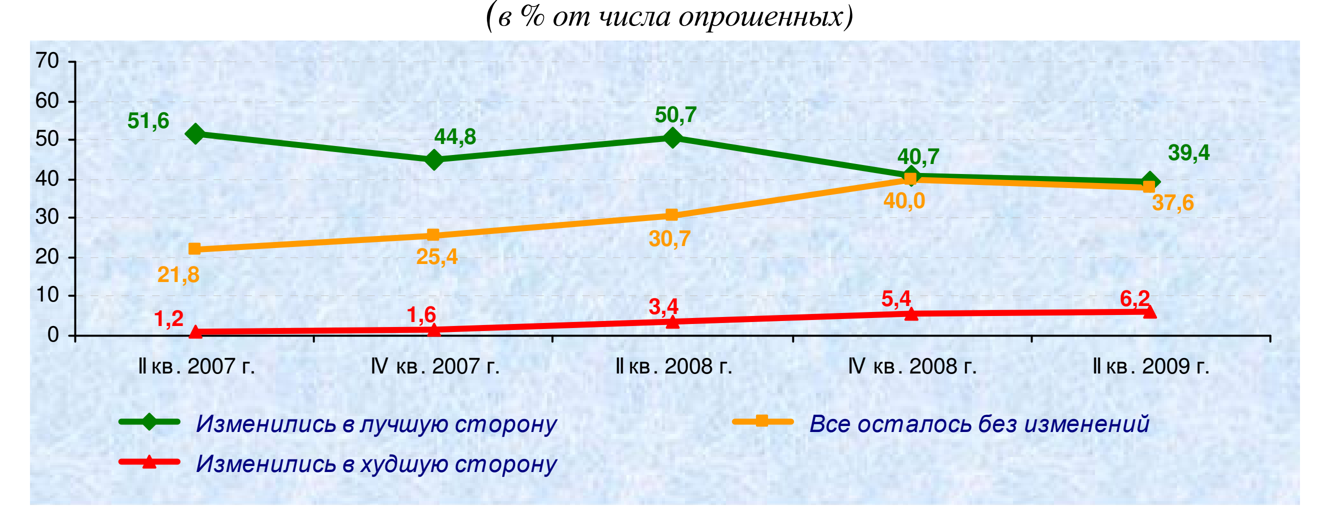
В апреле–мае 2009 г. проведен очередной этап социологического мониторинга «Мнение населения Беларуси о состоянии работы по дебюрократизации государственного аппарата»[2]. Цель данного исследования – выяснить, произошли ли изменения в стиле и методах работы государственных органов и иных организаций с момента принятия Директивы № 2.

По мнению 39,4% участников опроса, **за последний год стиль, формы и методы работы с гражданами** в государственных органах и иных организациях улучшились, практически столько же – 37,6% – респондентов считают, что все осталось без изменений, а на ухудшение работы с гражданами указали 6,2% опрошенных (см. диаграмму 12).

Диаграмма 12

Динамика изменения стиля, методов и форм работы с гражданами

(в % от числа опрошенных)



[2] На пятом этапе мониторинга по многоступенчатой комбинированной выборке, квотной на этапе отбора респондентов, методом интервью «лицом к лицу» было опрошено 1 089 респондентов в возрасте от 18 лет и старше во всех областных центрах страны и г. Минске, районных городах и сельских населенных пунктах. Формирование выборки осуществлялось по следующим критериям: тип населенного пункта, пол, возраст. Выборка репрезентативна, статистическая погрешность не превышает 3%.

Следует отметить, что **за два года снизилось количество респондентов, отмечающих улучшение в стиле, методах и формах работы с гражданами, при этом заметно выросла доля населения (на 16%), считающего, что ситуация остается стабильной, без изменений.**

Оценивая динамику работы сотрудников государственных организаций за последний год по конкретным показателям, в среднем 40% опрошенных отметили улучшение в информированности и предоставлении квалифицированной консультации, умении работать с людьми, профессионализме и компетентности, оперативности решения запросов граждан. Более трети населения (в среднем 35%) указало, что ситуация по данным аспектам не изменилась, а менее 10% говорит об ухудшении положения. В ноябре 2008 г. ситуация по этим показателям была аналогичной.

Результаты опроса показали, что при обращении в государственные учреждения и другие организации граждане практически в 2 раза чаще встречаются с проявлением положительных качеств работников, чем отрицательных. Однако **за последний год возросла доля ответов, в которых отмечаются случаи проявления работниками государственных организаций грубости, неуважения, раздражительности.** Соответственно снизилось количество указывающих на положительные качества работников госорганов, такие как тактичность, вежливость, умение слушать, доброжелательность, уважительное отношение (см. диаграмму 13).

Диаграмма 13

Качества сотрудников, с которыми сталкивались граждане при обращении в государственный орган, иную организацию

(в % от числа опрошенных)



Результаты социологического опроса показали, что **для сотрудников госорганов г. Минска в большей степени**, чем для работников

госучреждений других регионов, **характерно проявление в отношении посетителей** таких отрицательных качеств как формализм, равнодушие, безразличие (41,1%), раздражительность (29,5%), грубость и хамство (18,4%).

Наблюдается достаточно высокий уровень информированности граждан о **реализации заявительного принципа «одно окно»** – более 80% знают или слышали о нем. Несмотря на то что подавляющее большинство жителей республики (84,9%) владеют информацией о действии данного принципа, только около половины респондентов (48,1%), как и два года назад, при необходимости получения какой-либо справки или документа воспользовались бы этой услугой. Каждый пятый гражданин страны (20,2%) не стал бы обращаться в данную службу, так как больше полагается на собственные силы, а 7,7% опрошенных не устраивают сроки решения тех или иных вопросов.

Следует отметить, что **в сравнении с июнем 2007 г. более чем в два раза сократилось количество граждан, которые при оформлении документов больше надеются на себя** (с 46,1 до 20,2%), и **на 25% – тех, кого не устраивают сроки исполнения** (с 31,9 до 7,7%).

Респонденты, которые пользовались услугой «одного окна», отметили следующие замечания по его работе: большие очереди (23,4%), отсутствие единого подхода к организации работы «одного окна» (20,1%) и направление граждан за получением дополнительных сведений при оформлении документов в другие службы (18,3%). Каждый восьмой житель Беларуси (12,6%) столкнулся с проявлением формализма, волокиты, нетактичного поведения, а также отметил длительные сроки подготовки и выдачи справок или других документов. Высокой платой за выдаваемые справки не доволен каждый десятый.

Почти 40% респондентов, которые пользовались услугой «одного окна», не отметили каких-либо замечаний в работе этой службы.

Согласно предписанию Директивы № 2, учреждения должны внедрять практику **предварительной записи граждан** для оптимизации своей деятельности. По данным опроса, каждый четвертый респондент (25,7%) подтверждает существование предварительной записи для получения того или иного документа в учреждениях, причем горожане говорят об этом чаще сельчан (28,6% против 18,4%). **Не знают о таком методе работы с гражданами 52,7% опрошенных**, а каждый пятый (19,6%) утверждает, что в государственных организациях предварительная запись не ведется. Подобное распределение ответов респондентов может свидетельствовать о недостаточных масштабах внедрения данной практики в работе государственных органов и организаций.

На большие очереди и на «хождение из организации в организацию» жалуются прежде всего жители г. Минска (36,0% и 27,9% соответственно).

Результаты опроса свидетельствуют, что наиболее часто граждане обращаются за получением справок или иных документов в учреждения здравоохранения (67,6%), службы жилищно-коммунального хозяйства (53,6%), в организации по месту работы или учебы (50,0%), на предприятия связи (44,9%) и в местные органы власти (43,5%). Реже – в налоговые органы (18,3%), организации архитектуры и строительства – 18,2%, загсы – 14,5% и таможенные органы – 8,0%.

Наиболее удовлетворены результатами обращения посетители загсов и предприятий связи (более 80%). От 70 до 80% обратившихся в организацию по месту работы или учебы, органы социальной защиты и учреждения образования также остались довольны решением своих вопросов. Обращает на себя внимание тот факт, что **почти каждого пятого респондента не устраивает решение проблем в учреждениях здравоохранения, таможенных органах, организациях архитектуры и строительства, а практически каждого четвертого участника опроса – в службах жилищно-коммунального хозяйства** (см. диаграмму 14). При этом следует иметь в виду, что организации здравоохранения и ЖКХ – самые посещаемые гражданами.

Диаграмма 14

Степень удовлетворенности граждан, обращавшихся в государственные организации, решением своих вопросов

(в % от числа опрошенных)



Как и два года назад, граждане Беларуси считают, что **наиболее эффективными формами работы** местных исполнительных и распорядительных органов с обращениями граждан **являются личный прием в исполкомах (41,9%) и телефонные «горячие линии» (39,4%)**. Каждый четвертый респондент (25,8%) называет прямые линии, а каждый

пятый – рассмотрение обращений граждан в средствах массовой информации (21,9%) и письменные обращения (18,5%). Более 10% участников опроса наиболее эффективными формами работы считают выездные приемы граждан по месту их жительства (16,2%) и работы (11,8%). Следует отметить, что жители села в большей мере, чем горожане, отдают предпочтение личному приему и выездной форме работы с населением. Для горожан, в свою очередь, более значимы телефонные «горячие» и прямые линии.

Согласно результатам опроса, в среднем половина населения республики ставит оценку «хорошо» сельским, районным и областным исполнительным комитетам за **организацию работы с письменными обращениями граждан**. Удовлетворительной считают данную деятельность более 40% опрошенных, а отрицательной – менее 10%. Жители сельской местности оценивают работу местной вертикали в данном направлении выше, чем жители городов (см. диаграмму 15). По сравнению с прошлым годом оценка практически не изменилась.

Диаграмма 15

Оценка работы с письменными обращениями граждан

(в % от числа опрошенных, обращавшихся с письменными заявлениями в местные органы власти)



Треть респондентов, обращавшихся с письменными заявлениями в местные органы власти, не отметили каких-либо недостатков по решению своих вопросов. Однако остальные участники опроса указали на ряд **проблем**:

– направляются отписки, вопрос не разъясняется по существу – 22,6%;

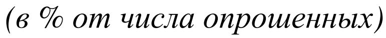
– задерживаются или не поступают ответы на обращения – 20,6%;

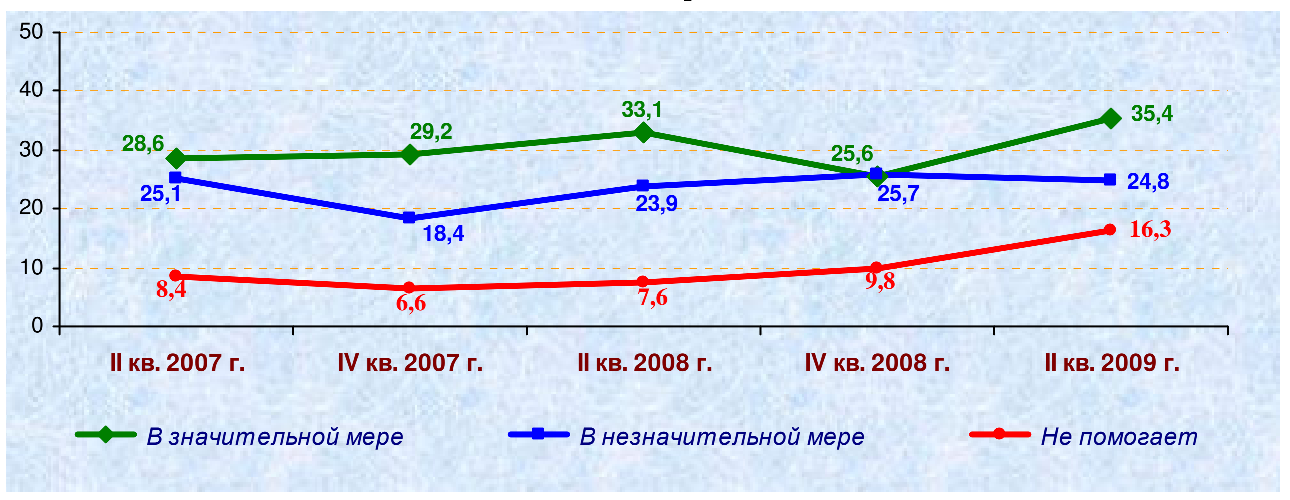
– сложно найти в учреждении работника, который
рассматривает письменное обращение,
чтобы уточнить ход дела – 16,6%;
– направляют заявления на рассмотрение в организацию,
на действия которой жалуешься – 15,6%;
– в организации трудно найти работника,
который может принять заявление – 14,2%;
– потеря заявлений работниками организаций – 8,6%.

По данным проведенного опроса, каждый пятый житель страны (20,2%) пользовался **книгой замечаний и предложений**. Практически каждый третий респондент (35,4%) говорит о значительном влиянии данного канала обратной связи на решение своих проблем, а каждый четвертый (24,8%) – о незначительном. Каждый шестой участник опроса (16,3%) утверждает, что введение книги замечаний и предложений не помогает в решении существующих проблем (см. диаграмму 16).

Диаграмма 16

В какой мере введение книги замечаний и предложений помогает решению существующих проблем?





Среди основных недостатков, с которыми респондентам приходилось сталкиваться при пользовании книгой замечаний и предложений, были отмечены следующие: книга не предъявлялась по первому требованию, не поступало информации о принятых мерах, не было реакции на изложенные замечания и предложения.

Согласно результатам опроса, большая часть граждан отмечает, что введение книги замечаний и предложений помогает решать возникающие проблемы. Однако за год **нареканий в адрес данного канала связи стало несколько больше**. Не сталкивались с недостатками при пользовании книгой замечаний и предложений 20,9% опрошенных

(в июне 2008 г. – 31,3%), см. диаграмму 17. Чаще всего с нарушениями при пользовании книгой сталкивались жители г. Минска.

Диаграмма 17

Недостатки ведения книги замечаний и предложений в государственных организациях

(в % от числа опрошенных, пользовавшихся книгой)



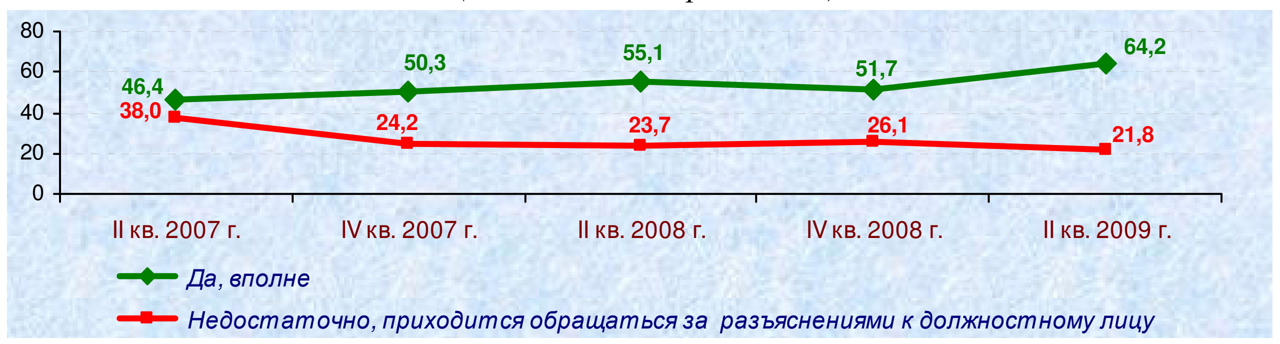
Большое значение для получения сведений о порядке осуществления административных процедур имеют правильно оформленные и удобные для восприятия **информационные стенды**, расположенные в учреждениях.

За год с 55,1 до 64,2% увеличилось число жителей страны, которые указали, что их устраивает размещение сведений на информационных стендах, и соответственно с 38,0 до 21,8% уменьшилось количество граждан, утверждающих, что информации недостаточно. Однако по-прежнему практически каждому пятому опрошенному (21,8%) приходится обращаться за разъяснениями к должностному лицу (см. диаграмму 18).

Диаграмма 18

Достаточно ли Вам сведений, размещенных на информационных стендах в здании государственного органа, иной организации, для решения своего вопроса?

(в % от числа опрошенных)



Граждане, пользовавшиеся информационными стендами (86,2%), больше всего недовольны тем, что **важная информация не выделяется**

(17,6%), причем данная проблема является наиболее актуальной уже на протяжении двух лет. От 12 до 8% респондентов отметили следующие недостатки: информация напечатана мелким шрифтом (сложно прочесть); информационный стенд расположен неудобно для чтения; нет наглядных сведений, что госорган может сам запрашивать необходимые документы; отсутствует перечень документов, необходимых для получения справки.

В государственных организациях для обеспечения граждан нужной информацией применяют не только информационные стенды, но и **инфокиоски**. Однако данной услугой пользуется лишь каждый пятый житель Беларуси – 19,5%. Это может быть обусловлено как субъективными, так и объективными факторами. Например, по данным опроса, у каждого второго респондента (48,3%) не было необходимости обращаться к подобной форме услуг, а 7,5% респондентов признались, что не пользовались инфокиоском, поскольку это оказалось очень сложно. Среди объективных причин можно указать отсутствие инфокиосков в государственных организациях (23,9%).

Воспользовались услугами инфокиосков и получили исчерпывающую информацию 14,9% участников опроса, а остались не удовлетворены качеством предоставленных сведений – 4,6%. Жители г. Минска и Витебской области чаще других обращались к услугам инфокиосков, и каждый пятый остался доволен полученным результатом (по 22%).

Как свидетельствуют данные, работа государственных организаций по обеспечению информирования граждан улучшилась, однако остается актуальным вопрос установления инфокиосков в государственных учреждениях.

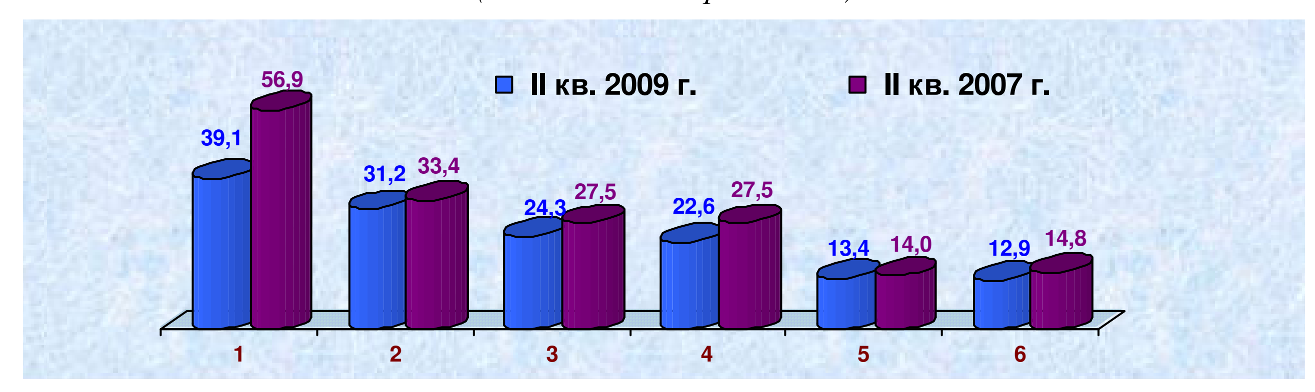
Опрошенные граждане называют недостатки, **затрудняющие процесс дебюрократизации** государственных органов Беларуси. Основным препятствием, по их мнению, является **недостаточная информированность граждан о своих правах,** однако за два года удельный вес респондентов, отмечающих данную проблему, значительно уменьшился (с 57 до 39%). Процессу дальнейшей дебюрократизации также мешает слабый контроль за ходом исполнения законодательства на местах – на это указывают 31,2% респондентов. Среди других организационно-правовых причин участники опроса назвали отсутствие должных мер по упрощению административных процедур, неэффективность системы электронного документооборота.

Определенные **затруднения в процессе дебюрократизации создают личностно-деловые качества чиновников**: неумение или нежелание работать с населением, низкий уровень квалификации и компетентности должностных лиц (см. диаграмму 19). **Минчане отмечают данные аспекты гораздо чаще – 55,2% опрошенных.**

Диаграмма 19

Причины, затрудняющие процесс дебюрократизации госаппарата

(в % от числа опрошенных)



1. Недостаточная информированность граждан о своих правах
2. Слабый контроль за тем, как на местах исполняются законодательные акты
3. Не предпринимаются должные меры для упрощения административных процедур
4. Неумение или нежелание чиновников работать с населением
5. Отсутствие или неэффективность системы электронного документооборота
6. Низкий уровень квалификации и компетентности работников, осуществляющих прием граждан

Респондентам было предложено внести свои **предложения по улучшению работы с гражданами**. Выяснилось, что посетителям **больше всего не хватает внимательного, уважительного отношения со стороны чиновников**. Далее участники опроса советуют усовершенствовать организационно-правовую базу работы с гражданами: повысить оперативность решения вопросов, уменьшить документооборот, ужесточить контроль за работой чиновников, ввести предварительную запись и др.

Результаты мониторинга позволяют говорить о формировании определенного отношения населения к наиболее значимым аспектам данной работы: стилю и методам работы, качествам сотрудников, функционированию службы «Одно окно», работе с различными формами обращений граждан, книге замечаний и предложений, организации информационной работы. Отсутствие значимых изменений по всем указанным параметрам на протяжении последних двух лет свидетельствует о стабилизации восприятия процессов дебюрократизации гражданами страны.

3. Молодежь Беларуси: проблемы и настроения

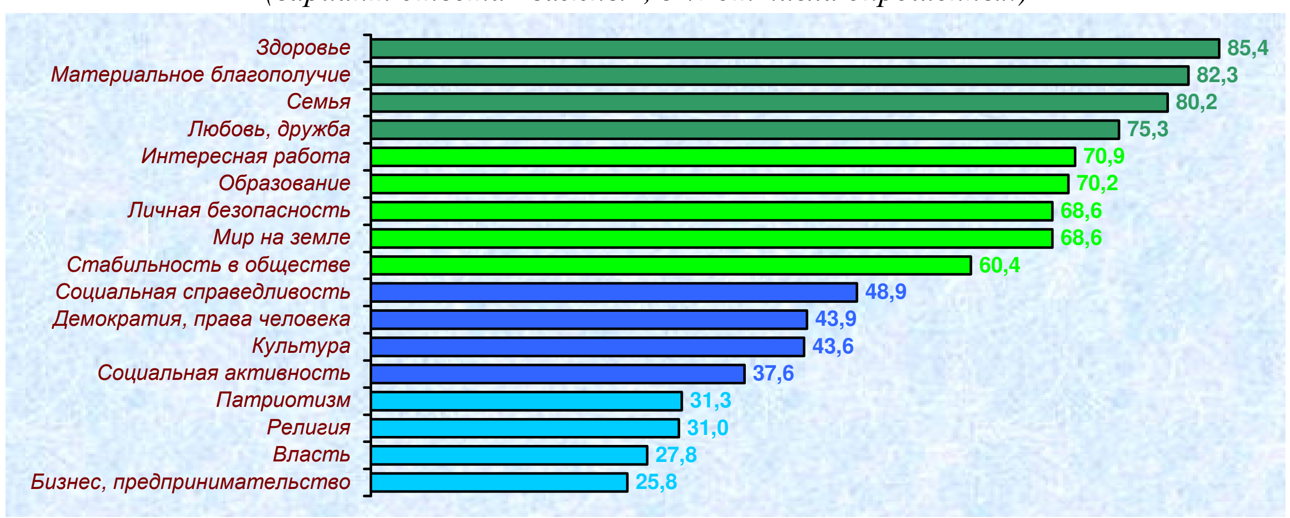
Молодежь – это наиболее активная и динамичная часть общества. В то же время в силу своего социального положения (отсутствие стабильных источников дохода, жилищная проблема и т. д.) юноши и девушки являются весьма уязвимой социальной категорией. В этой связи стабильное функционирование и развитие белорусского общества требует особого внимания к молодежи со стороны государства. В данном случае социологические исследования выступают в качестве действенного инструмента, позволяющего определить ценностные приоритеты и ориентации современной белорусской молодежи, выявить основные проблемы, волнующие ее[3].

3.1. Ценностные ориентации современной белорусской молодежи

Как показали результаты социологического исследования **приоритетные места** в системе **ценностных ориентаций** занимают **здоровье, материальное благополучие, семья, любовь и дружба** (см. диаграмму 20).

Диаграмма 20

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Насколько важны для Вас перечисленные ниже ценности?»
(вариант ответа «важны», в % от числа опрошенных)



Далее в пирамиде ценностей следуют интересная работа, образование, личная безопасность, мир на земле и стабильность в обществе. На последнем месте оказались патриотизм, религия, власть, бизнес, предпринимательство.

---

[3] Материал раздела подготовлен по результатам двух социологических исследований.

Республиканское социологическое исследование «Молодежь Беларуси: проблемы и настроения» было проведено в феврале–марте 2009 г. по многоступенчатой, квотной на этапе отбора респондентов выборке; опрошено 1 059 респондентов.

Республиканское социологическое исследование «Ценностные ориентации и политическое мировоззрение белорусского студенчества» было проведено в феврале 2009 г.; опрошено 1 786 человек, обучающихся в государственных (на бюджетной и платной основах) и негосударственных вузах на различных факультетах, курсах.

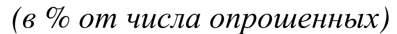
Согласно данным опроса, ценности у современных молодых людей ориентированы в первую очередь на личное и семейное счастье, здоровье, профессиональное становление, образование. Эти позиции являются традиционно важными для белорусской молодежи. Предыдущие социологические исследования, проводимые ИАЦ, также фиксировали первостепенную важность для белорусской молодежи названных ценностей. Результаты ИАЦ согласуются с данными проекта «Европейские ценности», проводимого в республике Центром социологических и политических исследований БГУ, и социологического исследования «Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты», проведенного Институтом социологии Российской академии наук в 2007 году.

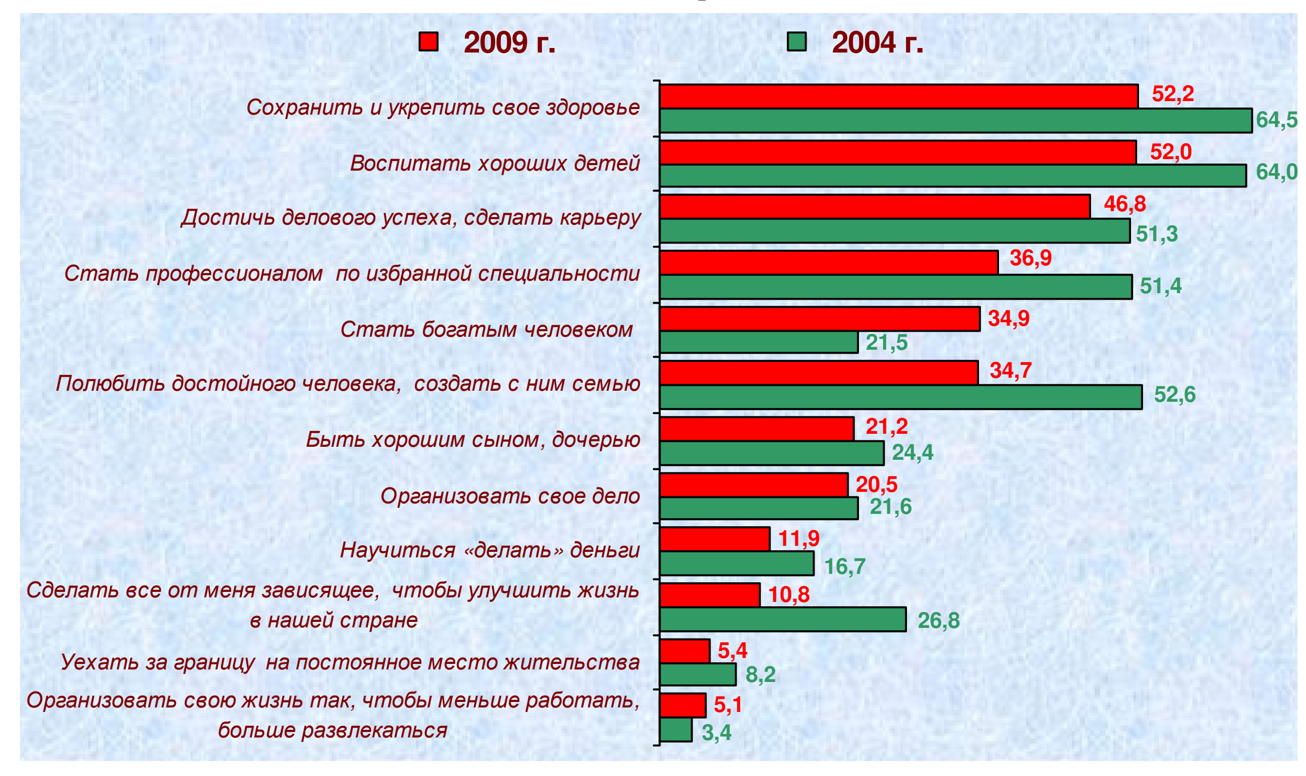
Приведенные выше ответы участников опроса о ценностных ориентациях находят логическое подтверждение **в выборе** ими **жизненной установки** (см. диаграмму 21).

Диаграмма 21

Распределение ответов респондентов на вопрос

«Какие из перечисленных позиций Вы выбираете для себя в качестве жизненной цели?»





Более половины респондентов выбирают в качестве жизненной цели сохранение и укрепление своего здоровья, воспитание хороших детей; почти половина ориентирована на достижение делового успеха, карьеру. Треть юношей и девушек ставят цель стать профессионалом по избранной специальности, быть богатым. Менее 10% молодых людей мечтают научиться «делать» деньги, сделать все, чтобы улучшить жизнь в стране, уехать за

границу на постоянное место жительства и организовать свою жизнь так, чтобы меньше работать, больше развлекаться.

Обращает на себя внимание тот факт, что современная молодежь чаще, чем пять лет назад, указывает на богатство в качестве приоритета (34,9% и 21,5% соответственно), а желание «сделать все от меня зависящее, чтобы улучшить жизнь в стране», наоборот несколько «теряет популярность» (26,8% и 10,8%).

Следует отметить, что единственной ценностью, значимость которой неизменно высока практически для всех, является **семья**. Таким образом, что бы ни говорили современные исследователи о кризисе семьи, снижении ее социализирующего воздействия на личность, молодежь видит в ней одну из важнейших жизненных ценностей. Подтверждением тому служат ответы молодых людей: почти 60% юношей и девушек хотят в будущем создать свою семью, а более четверти – 28% – уже замужем или женаты (каждый десятый еще не задумывался о семье). Свыше половины респондентов (56,0%) планируют в будущем иметь двоих детей, а каждый четвертый (24,9%) – одного ребенка, и только 5% не собираются заводить детей.

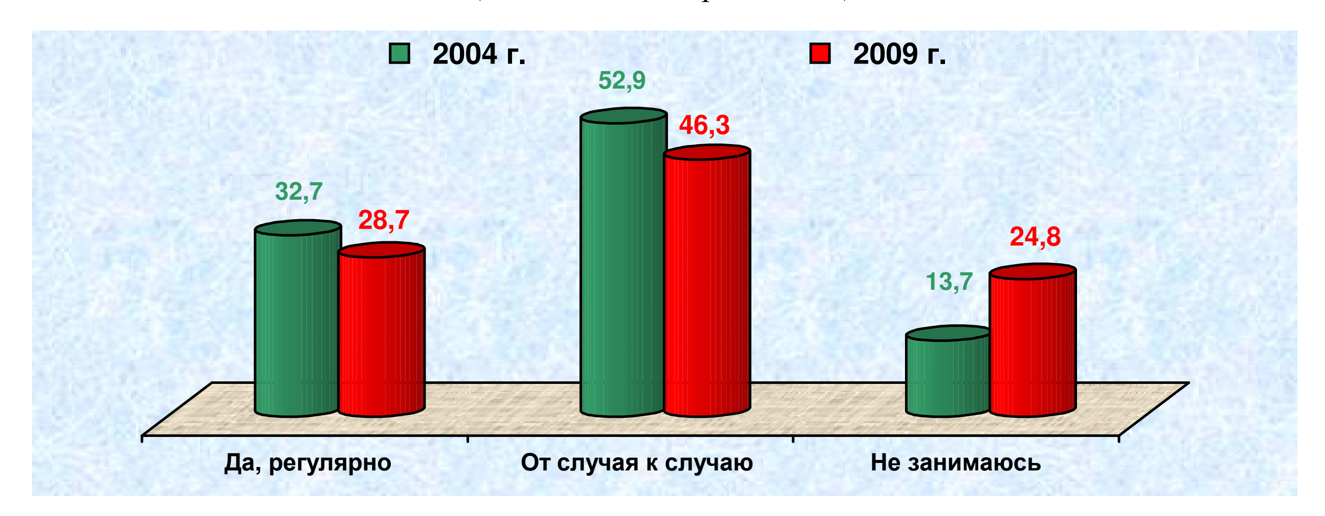
Причину того, что значительная часть современных семей имеет только одного ребенка, большинство участников опроса видят в неудовлетворительных материальных условиях. Так, три четверти молодых людей (76,6%) указали на низкий материальный достаток, 60,1% – на отсутствие собственного жилья, а более трети (36,1%) – на невысокий размер выплат и пособий на ребенка. В то же время результаты исследования **не выявили тесной взаимосвязи между материальным положением респондентов и их намерением иметь детей** в будущем. Вероятно, причиной небольшого количества детей является традиционная, характерная для второй половины XX века установка на семью с одним-двумя детьми.

Следует отметить, что в качестве причин того, что в семьях зачастую воспитывается один ребенок, 22,2% молодых людей указали на желание пожить для себя, а 15,8% – на проблемы со здоровьем.

Обращает на себя внимание тот факт, что хотя молодые белорусы выделяют **здоровье в качестве приоритетной ценности**, **однако сами не проявляют должной активности:** практически половина респондентов занимаются физкультурой и спортом только «от случая к случаю», а каждый четвертый – вообще не делает этого. О регулярных занятиях физкультурой и спортом сообщили только 28,7% молодых людей. В сравнении с 2004 годом на 11% увеличилось число участников опроса, которые не уделяют этому внимания (см. диаграмму 22).

Диаграмма 22

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Занимаетесь ли Вы физкультурой и спортом?»
(в % от числа опрошенных)



В настоящее время сформирована система поддержки развития массовой физкультуры и спорта среди молодежи. **Только каждый десятый** участник опроса (10,9%) говорит, что необходимые **условия отсутствуют**. По мнению каждого третьего респондента (**33,3%**), в его населенном пункте **созданы все необходимые условия** для занятий физкультурой и спортом. Практически столько же опрошенных (**29,2%**) полагают, что условия созданы, но не в полной мере. Сельчане, в сравнении с жителя города, выражают большую неудовлетворенность развитием инфраструктуры для занятий физкультурой и спортом (на то, что условия отсутствуют, указывают 31,0% и 6,3% соответственно).

Более того, по утверждению самих молодых людей, они имеют следующие негативные пристрастия: нерациональное питание (37,6%), табакокурение (34,7%), частое употребление пива – несколько раз в неделю и более – (17,7%). Однако, как показывает мировая практика исследования негативных явлений в любом обществе, реалии всегда в разы превосходят выявляемые через общественное мнение уровни и показатели статистики.

Большинство юношей и девушек (58,8%) считают себя патриотами (среди студентов – 71,4%). Под патриотизмом участники опроса понимают в первую очередь любовь к Беларуси и преданность ей (46,4%). Также молодые люди относят сюда любовь к малой родине (34,5%), к природе своего края (31,5%), готовность защищать территориальную целостность страны (31,0%), заботу об укреплении государства (30,5%), знание белорусских традиций, обычаев, культуры (29,7%). Каждый пятый под патриотизмом понимает знание истории Беларуси, белорусского языка, уважительное отношение к государственным символам (гербу, флагу, гимну), стремление

обеспечивать политическую и экономическую независимость страны, каждый десятый – поддержку существующей власти.

Подтверждением сказанному является то, что большая часть молодых людей **(73,4%) испытывают гордость за свою страну.** В то же время об обратном говорит каждый шестой (16,2%).

Каждый четвертый респондент (25,7%) допускает возможность выезда за рубеж только на работу, а около 40% в любом случае останутся в Беларуси. Среди причин, побуждающих к переезду за границу на постоянное место жительства, молодые люди называют возможность получения высоких заработков (41,5%), лучшие условия для работы (21,2%) и проживания (16,9%), перспективу профессионального роста (15,8%). **О том, что за рубежом в большей степени обеспечиваются права и свободы граждан, говорит только 6,2% молодежи.**

3.2. Социальное самочувствие и проблемы молодежи

Подавляющая часть молодых людей **(75,9%)** в той или иной степени **удовлетворены своей жизнью (среди студентов – 86,0%)**. Необходимо отметить, что горожан (в сравнении с жителями сельской местности) жизнь сейчас устраивает больше – 77,5% и 69,1% соответственно. Практически каждый четвертый опрошенный (22,6%) дал отрицательный ответ.

В последнее время **60,7%** молодежи (студентов – 72,8%), по ее собственному признанию, испытывает **позитивные эмоции**, прежде всего такие, как спокойствие, уверенность, надежда. **Негативные эмоциональные состояния** характерны для более трети участников опроса (**37,9%,** среди студентов – 25,0%). Молодые люди в первую очередь отмечают чувство усталости и безразличия.

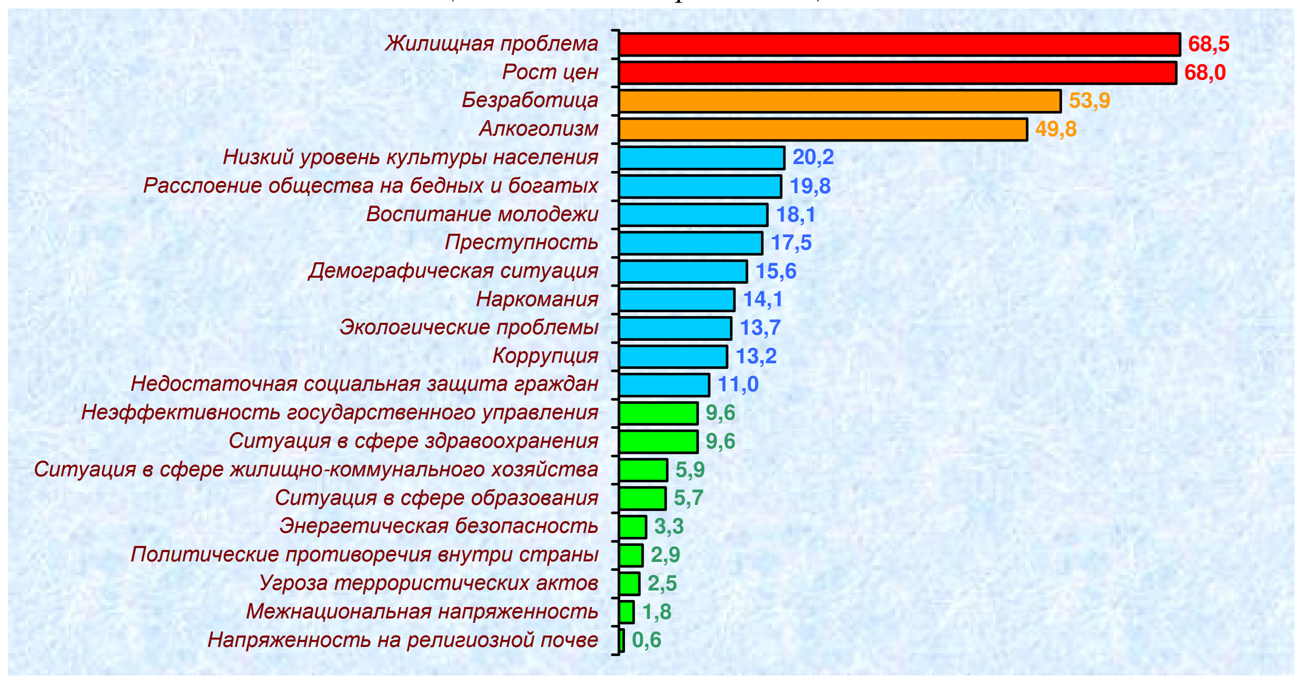
Подтверждением сказанному являются ответы респондентов на вопрос «*Уверены ли Вы в завтрашнем дне?*»: практически две трети молодых людей (**61,5%,** студенты – 69,6%) **выражают уверенность в завтрашнем дне**. В то же время каждый третий (**33,9%,** студенты – 23,8%) в той или иной степени **сомневается в своем будущем**.

Две трети участников опроса считают, что для современного белорусского общества актуальны такие **проблемы,** как **отсутствие жилья и рост цен.** По мнению каждого второго молодого человека, весьма насущными являются безработица и алкоголизм (см. диаграмму 23).

Если сравнить суждения молодежи и населения в целом по актуальным проблемам современного белорусского общества, то можно констатировать тождественность мнений. Исключение составляет только жилищный вопрос, который в наибольшей степени волнует молодежь в силу ее социального положения.

Диаграмма 23

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Какие из перечисленных проблем, по Вашему мнению, наиболее актуальны для современного белорусского общества?»
(в % от числа опрошенных)



Респондентам также было предложено указать проблемы, которые более актуальны **лично для них**. Больше всего молодых людей тревожат рост цен и материальные трудности. Немаловажное значение имеют проблемы жилья (его отсутствие) и трудоустройства (см. диаграмму 24). Сельскую молодежь больше волнуют материальные затруднения и отсутствие жилья, а городскую – поиск рабочего места.

Диаграмма 24

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Какие проблемы из перечисленных ниже в большей степени актуальны для Вас?»
(в % от числа опрошенных)



Среди **проблем студенческой жизни** молодыми людьми были отмечены следующие:

– небольшая стипендия – 40,1%;
– высокая стоимость обучения в вузе – 27,9%;
– обязательное распределение после окончания вуза – 27,1%;
– недостаток учебной и научной литературы – 25,4%;
– отсутствие перспективы трудоустройства по специальности – 23,9%;
– большая учебная нагрузка – 23,8%;
– отсутствие мест в общежитиях – 11,0%;
– недостаточное количество досуговых и развлекательных мероприятий в вузе – 9,1%;
– отсутствие возможности для проявления творческих способностей – 4,2%;
– неблагоприятная морально-психологическая обстановка в вузе – 4,0%.

3.3. Государственная молодежная политика

Практически половина молодых людей (46,4%) в той или иной степени знакомы с основными направлениями реализуемой в настоящее время государственной молодежной политики.

Результаты исследования позволили выявить **приоритетные**, с точки зрения респондентов, **направления социальной поддержки молодежи.** По мнению большей части юношей и девушек **(56,6%)**, им прежде всего необходимо **содействие в трудоустройстве** (в 2004 году на это указали 40,4% респондентов). Также весьма актуальными направлениями опрошенные считают предоставление кредитов для строительства жилья, возможность получения качественного образования и социальную помощь молодой семье (см. диаграмму 25).

Одним из важных направлений государственной молодежной политики является **предоставление долгосрочных кредитов молодым гражданам** для строительства жилья и получения образования. Согласно результатам исследования, каждый десятый участник опроса (11,0%) утверждает, что уже воспользовался возможностью получить льготный кредит; еще 30,7% респондентов планируют это сделать в ближайшем будущем. Вместе с тем 15,4% молодых людей, по их словам, не знают условий оформления кредитов, а 6,0% пытались получить кредит, но им отказали. Следует отметить, что каждый третий опрошенный (32,7%) заявил, что не испытывает потребности в кредите.

Диаграмма 25

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Что для Вас является наиболее значимым в молодежной политике?»
(в % от числа опрошенных)



1. Содействие в трудоустройстве молодежи
2. Предоставление долгосрочных кредитов молодым гражданам для строительства жилья
3. Возможность получения качественного образования
4. Социальная помощь молодой семье
5. Создание необходимых условий для укрепления здоровья
6. Развитие молодежного туризма, международное молодежное сотрудничество
7. Помощь молодым гражданам, оказавшимся в особо неблагоприятных условиях
8. Создание условий для активного и эффективного участия молодежи в социально-экономической жизни страны
9. Поддержка предпринимательской деятельности молодых граждан
10. Воспитание гражданина-патриота

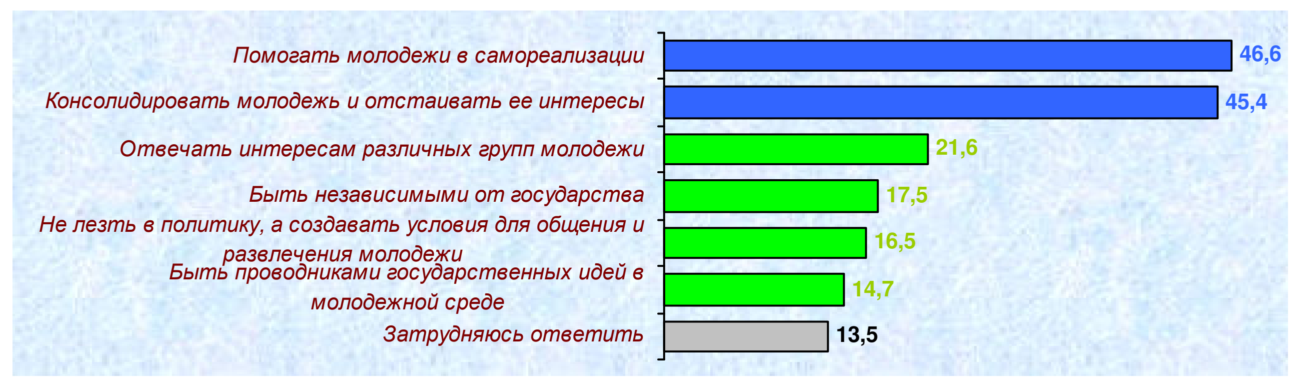
Что касается возможности получения **качественного образования**, то, по мнению более половины юношей и девушек (от 53,7 до 59,2%), в республике есть все необходимые условия для получения образования (высшего, среднего специального, среднего). Около трети участников опроса (от 29,2 до 33,1%) полагают, что условия созданы частично.

3.4. Молодежные объединения

Молодежным объединениям отводится важная роль в реализации государственной молодежной политики. По мнению почти половины юношей и девушек, эти организации должны в первую очередь помогать молодым людям в самореализации и отстаивать их интересы (см. диаграмму 26).

Диаграмма 26

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Молодежные организации в первую очередь должны:»
(в % от числа опрошенных)



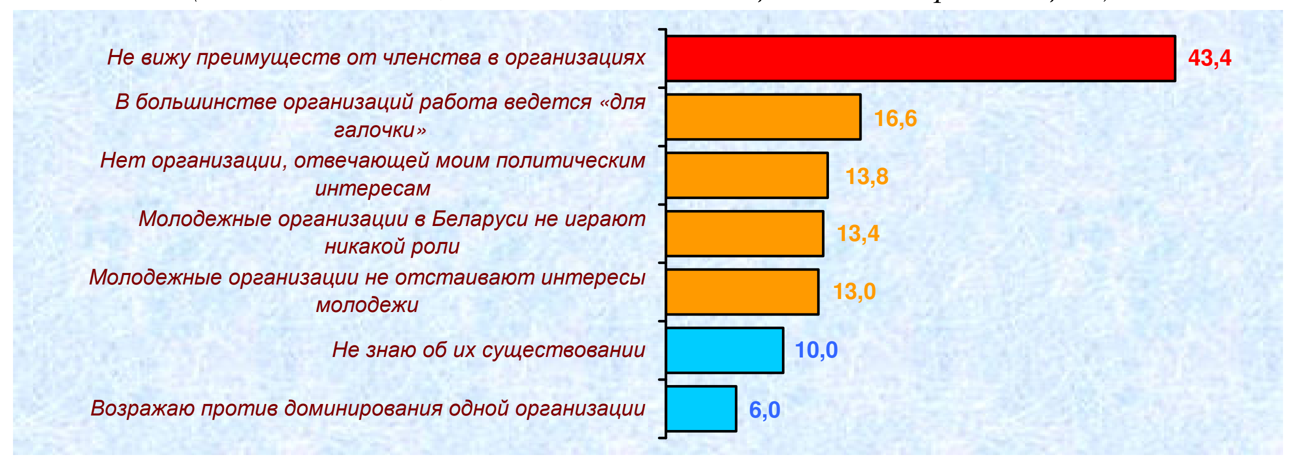
Участие молодежи в деятельности общественных объединений, по мнению 43,9% респондентов, обусловлено в первую очередь желанием реализовать свой творческий потенциал. Весомыми факторами являются возможность общаться со сверстниками (29,9%), желание принимать активное участие в социально-политической жизни страны (27,1%), возможность сделать карьеру (23,7%) и стремление самоутвердиться в глазах окружающих (23,7%).

Для трети участников опроса (33,4%) наибольший интерес представляют различные клубы по интересам, каждого четвертого (24,7%) – организации культурной направленности, каждого пятого – развивающие международное сотрудничество и научные (22,4% и 19,7% соответственно). Политические организации интересуют только 8,7% молодых людей, а для каждого четвертого (26,0%) молодежные организации не представляют интереса.

Молодые люди, не состоящие в молодежных организациях, указывают прежде всего на следующую причину своего нежелания принимать участие в них: отсутствие преимуществ от членства в объединениях (см. диаграмму 27).

Диаграмма 27

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Если Вы не являетесь членом ни одной из молодежных организаций, то почему?»
(в % от числа тех, кто не состоит в общественных организациях)



Самым крупным по численности молодежным объединением в Беларуси является **Белорусский республиканский союз молодежи** (БРСМ). Согласно социологическим данным, более половины юношей и девушек (57,5%) утверждают, что по месту их работы (учебы) действует первичная организация; 16,1% дали отрицательный ответ, а каждый четвертый (25,4%) – затруднился с ответом. Более трети респондентов (35,8%), как и пять лет назад, указали, что являются членами БРСМ. Среди студентов и учащихся, по данным исследования, в этой организации состоят половина участников опроса (51,1%). Назвали себя активными членами БРСМ 38,3%

юношей и девушек (среди студентов – 18,0%). В то же время **практически половина участников Союза** (46,6%) **заявили, что участия в его работе не принимают** (среди студентов – 33,9%, в 2004 году – 35,1%).

Каждый десятый **среди проблем в деятельности БРСМ** назвал принуждение к вступлению в организацию (10,6%) и то, что работа в Союзе молодежи организована только для отчетности (10,4%). В то же время каждый четвертый молодой человек (25,0%) считает, что в деятельности БРСМ нет проблем (среди членов организации такое мнение у 41,0% респондентов). Почти каждый второй затруднился ответить на этот вопрос.

По утверждению почти каждого второго участника опроса (46,6%), по месту его работы действует **Федерация профсоюзов Беларуси** (ФПБ). Каждый третий молодой человек (32,5%), по его признанию, состоит в данной организации, однако каждый пятый не участвует в ее работе, а каждого второго – деятельность ФПБ не интересует. Для Федерации профсоюзов Беларуси, по мнению участников опроса, характерны такие же проблемы, как и в БРСМ, однако на их наличие указывают меньше респондентов.

3.5. Уровень протестных настроений молодежи

Полученные в ходе опроса данные свидетельствуют **о низком протестном потенциале белорусской молодежи**. **Подавляющее большинство участников опроса** (от 86 до 92%) **не собираются участвовать в акциях протеста.**

Возможность своего участия в митингах протеста и забастовках подтверждают 2,5% опрошенных, в несанкционированных демонстрациях – 2,3%, в голодовках – 1,1%. При наличии исключительных обстоятельств количество молодых людей, допускающих свое участие в протестных акциях, возрастает до 8% (участие в митингах протеста).

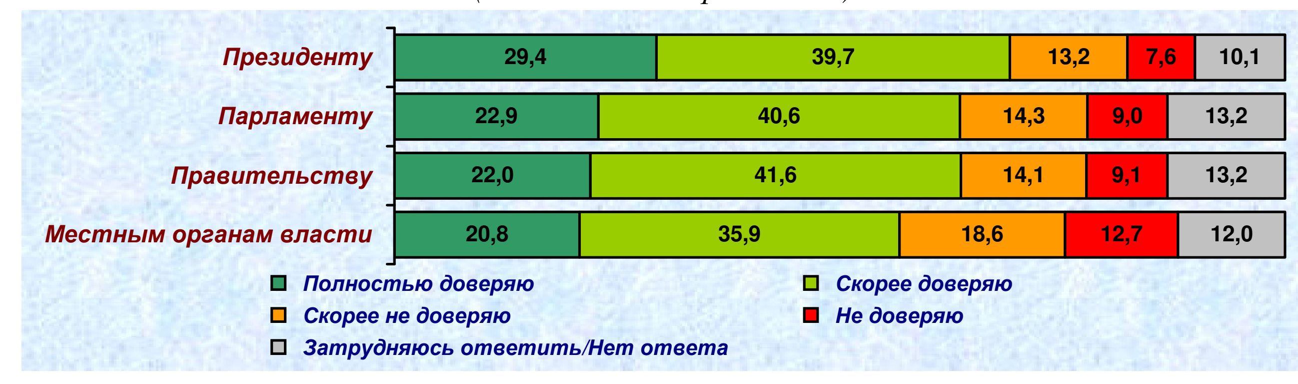
Следует обратить внимание на то, что уровень протестных настроений молодежи (в сравнении с апрелем 2008 г.) в целом практически не изменился.

3.6. Уровень доверия молодежи государственным и общественным институтам

Исследование выявило степень доверия молодежи различным государственным и общественным институтам. **Среди органов власти наибольшим доверием** у молодежи по-прежнему пользуется **Президент Республики Беларусь** (на это указывают **69,1%** опрошенных: 29,4% – «полностью доверяют»; 39,7% – «скорее доверяют»; *среди студентов – 71,1%*), см. диаграмму 28.

Диаграмма 28

Распределение ответов респондентов на вопрос
«В какой степени Вы доверяете следующим органам власти?»
(в % от числа опрошенных)



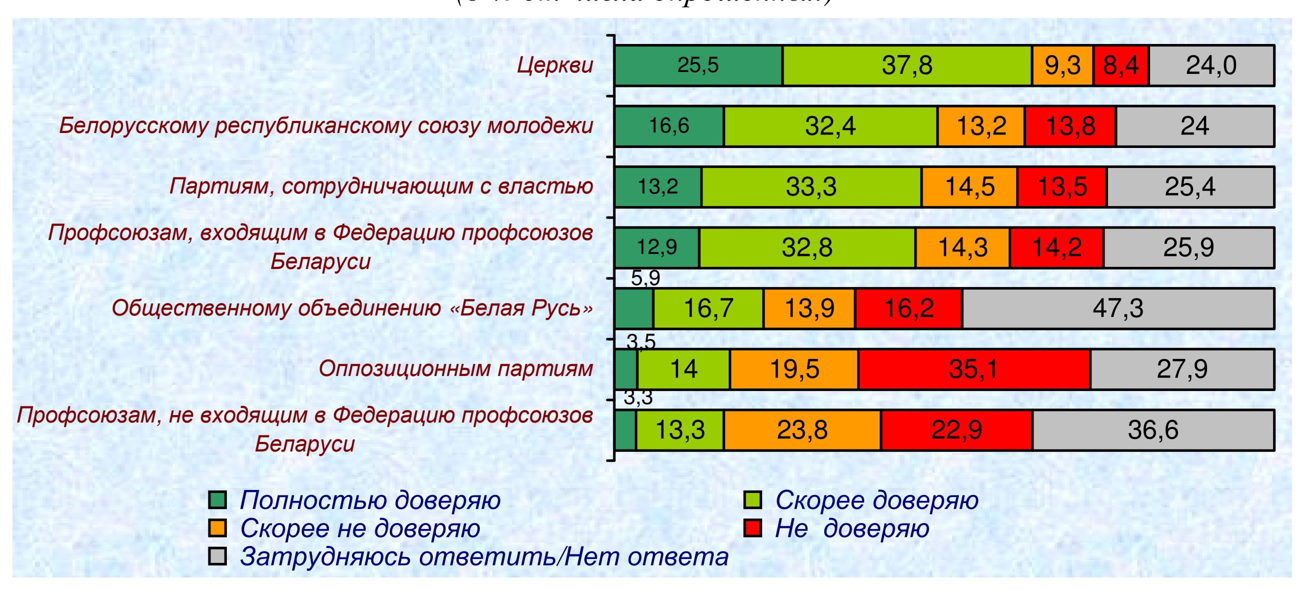
Согласно социологическим данным, уровень доверия сельской молодежи Президенту Республики Беларусь выше по сравнению с городской (78,6% и 66,8% соответственно).

Следует отметить, что уровень доверия молодежи Главе государства по сравнению с апрелем 2008 г. практически не изменился.

Среди социальных и общественных организаций наибольшим доверием у молодых людей пользуется **церковь** (**63,3%,** студенты – 69,3%). Практически половина участников опроса заявляют о доверии Белорусскому республиканскому союзу молодежи, партиям, сотрудничающим с властью, профсоюзам, входящим в Федерацию профсоюзов Беларуси. **Около 17%** респондентов говорят **о доверии оппозиционным партиям и профсоюзам, не входящим в Федерацию профсоюзов Беларуси**, а почти половина – высказали противоположную точку зрения (см. диаграмму 29).

Диаграмма 29

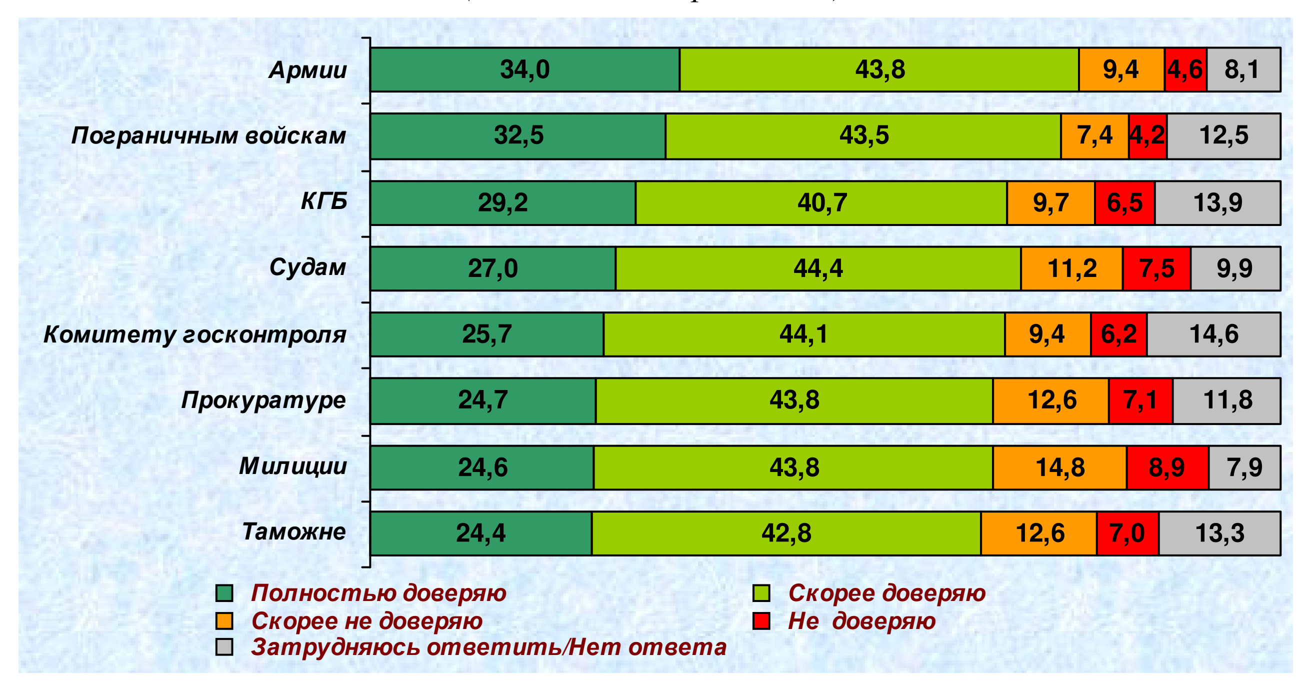
Распределение ответов респондентов на вопрос
«В какой степени Вы доверяете следующим социальным и общественным организациям?»
(в % от числа опрошенных)



Силовым и правоохранительным структурам доверяют от 67,2 до 77,8% участников опроса. Наибольшим доверием у молодых людей пользуются армия и пограничные войска, в меньшей степени – таможня, милиция, прокуратура (см. диаграмму 30).

Диаграмма 30

Распределение ответов респондентов на вопрос
«В какой степени Вы доверяете следующим силовым и правоохранительным структурам?»
(в % от числа опрошенных)



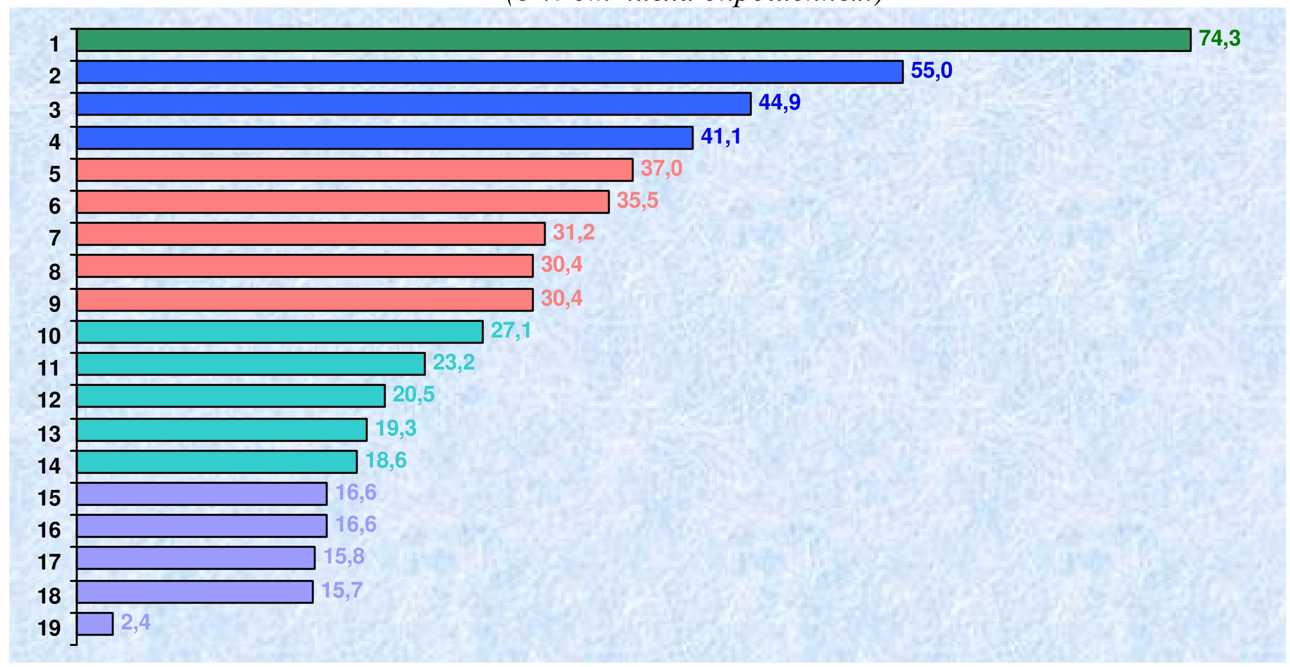
3.7. Оценка молодыми льдьми международной обстановки и внешней политики белорусского государства

Наиболее важными направлениями развития Республики Беларусь опрошенные студенты считают обеспечение высокого уровня доходов населения, улучшение жилищных условий, поддержку молодых семей и решение демографической проблемы, борьбу с пьянством, наркоманией, табакокурением и преступностью (см. диаграмму 31).

Среди тенденций, имеющих место на международной арене, наибольшее беспокойство у студенческой молодежи вызывает **мировой финансовый кризис (81,4%)**. Тревожат учащихся вузов также распространение международного терроризма (58,7%), растущая и неприкрытая агрессивность внешней политики США (45,0%), распространение международного наркобизнеса (33,4%), лишение Беларуси преференций в торговле со странами ЕС (31,4%), сохранение военных конфликтов на Ближнем Востоке и в других горячих точках (31,2%), процесс расширения НАТО и иные процессы (30,9%).

Диаграмма 31

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Какие направления развития республики наиболее важны для Вас?»
(в % от числа опрошенных)



1. Обеспечение высокого уровня доходов населения
2. Улучшение жилищных условий населения
3. Поддержка молодых семей и решение демографической проблемы
4. Борьба с пьянством, наркоманией, табакокурением и преступностью
5. Модернизация и повышение конкурентоспособности национальной экономики
6. Укрепление социальной защищенности граждан
7. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса
8. Защита суверенитета страны и ее национальных интересов на международной арене
9. Обеспечение экономической и социально-политической стабильности
10. Расширение контактов со странами ЕС
11. Укрепление отношений Беларуси с Россией и другими странами СНГ
12. Обеспечение условий для самореализации белорусской молодежи
13. Развитие национальной культуры и белорусского языка
14. Обеспечение личной безопасности граждан
15. Преодоление коррупции
16. Развитие сельской инфраструктуры (обустройство дорог, газификация, водоснабжение и т. д.)
17. Укрепление энергетической безопасности страны
18. Борьба с бюрократизмом
19. Повышение роли общественных объединений и политических партий в обществе

Таким образом, социологические исследования, проводимые ИАЦ, фиксируют положительную динамику в социальном развитии современной белорусской молодежи: позитивную направленность ценностных ориентаций, высокий уровень социального самочувствия, низкий протестный потенциал. Как результат всего перечисленного, можно констатировать успешный процесс социализации молодого поколения и его включенность в общественную структуру.

4. Средства массовой информации и интернет-ресурсы в общественном мнении белорусских граждан

Современному человеку важно располагать необходимой информацией о сути экономических, социальных и политических процессов в обществе, в котором он живет. Источником данной информации выступают телевидение, радио, газеты, журналы, Интернет. Средства массовой информации являются действенным фактором влияния на мировоззрение человека.

Известно, что СМИ могут играть в обществе как конструктивную, так и деструктивную роль, что определяется содержанием транслируемой на теле- и радиоканалах продукции, информации интернет-сайтов и печатных изданий.

Зрители, слушатели, читатели вполне конкретно реагируют на предлагаемый информационный продукт. Одни передачи, веб-сайты, печатные издания (или их разделы) привлекают внимание многих людей, другие рассчитаны на небольшую аудиторию. Существуют определенные ожидания граждан от телепрограмм, информации сети Интернет, материалов газет (журналов).

Насколько гражданам интересны передачи, вещаемые на белорусском ТВ, материалы, размещаемые на сайтах сети Интернет, публикуемые в печатных СМИ; какие из телепрограмм, веб-сайтов, печатных изданий они предпочитают смотреть, читать и как часто; какими они хотели бы видеть белорусское телевидение, сеть Интернет, печатные издания – эти и другие вопросы были рассмотрены в ходе республиканского опроса «Средства массовой информации в общественном мнении белорусских граждан», проведенного в январе–феврале 2009 г.[4].

4.1. Телевидение глазами телезрителей

Самым распространенным источником получения населением необходимой информации о жизни в Беларуси и за рубежом является телевидение. К данному средству информации обращаются подавляющее большинство респондентов (91,0%)[5]. Далее, по мере убывания степени важности источников информации для граждан, следуют печатные СМИ, радио, друзья, родственники и другие люди из близкого окружения, Интернет (см. диаграмму 32).

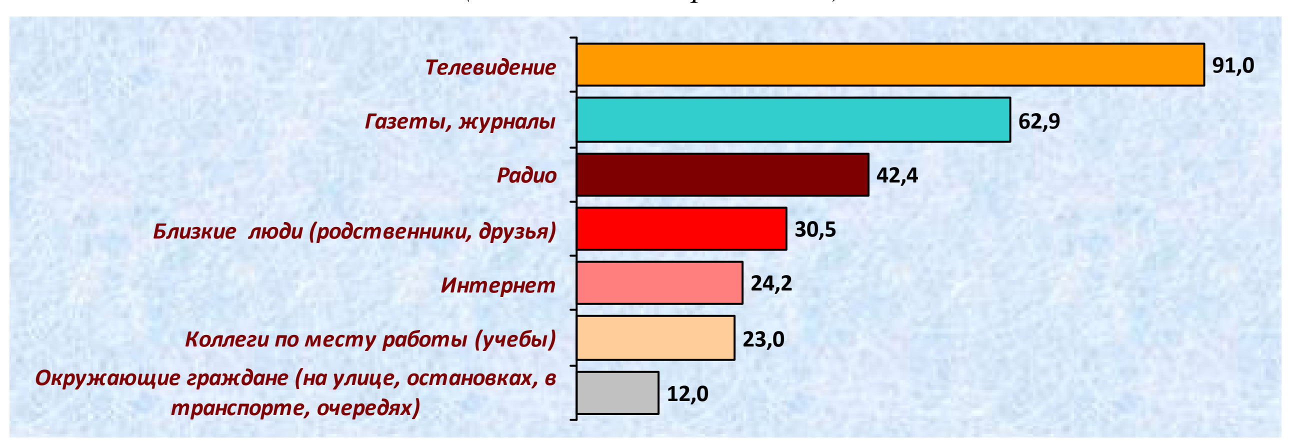
[4] Всего по республиканской выборке методом интервью «лицом к лицу» по месту жительства опрошено 1 282 человека во всех областных центрах страны и г.Минске, районных центрах и сельских населенных пунктах. Формирование выборки осуществлялось по следующим критериям: тип населенного пункта, пол, возраст респондентов. Выборка репрезентативна, статистическая погрешность не превышает 3,0%.

[5] На 8 февраля 2009 г. в Республике Беларусь, по данным Министерства информации, была зарегистрирована 71 телепрограмма (30 государственных и 41 негосударственная).

Диаграмма 32

Источники получения гражданами необходимой информации о жизни в Беларуси и за рубежом

(в % от числа опрошенных)



Традиционно телевидение как источник информации гораздо больше привлекает людей старшего и пожилого возраста. У молодежи до 30 лет интерес к данному виду СМИ снижается (до 84,8% опрошенных). При этом резко возрастают приоритеты в области использования Интернета (до 53,3%), что находится на одном уровне с печатными СМИ (52,3%) и опережает радио (36,8%).

Однако **телевидение** представляет собой источник информации, к которому подавляющее большинство населения **(85,3%)** обращается практически **ежедневно**. Для сравнения: **каждый день 30,3%** граждан слушают радио; каждый четвертый **(25,5%) читает газеты, журналы; 13,7% пользуются сетью Интернет**.

Причем при относительно небольшом общем снижении интереса к телевидению (как к ежедневному источнику информации в целом по стране) практически сохраняется и даже увеличивается его важность в каждодневном обращении у сельского населения (92,1%).

В молодежной среде (граждане в возрасте до 30 лет) число тех, кто смотрит телевизор ежедневно, сокращается значительно – до 75,5%. При этом на второе место по числу каждодневных обращений также выходит Интернет, но уже для значительно меньшей аудитории (35,1% опрошенных). Видимо, сказывается достаточно высокая стоимость доступа к данной информационной услуге. Однако этот показатель все же значительно выше в сравнении с газетами, журналами и радио (13,6% и 22,5% соответственно). Таким образом, телевидение в Республике Беларусь сегодня завоевало и пока уверенно сохраняет за собой статус самого массового СМИ, к которому **каждый день** за получением информации обращается практически все население республики – и в городах, и в селах (см. таблицу 1).

Таблица 1

Количество граждан, которые обращаются к различным видам СМИ (в том числе ежедневно)

Виды СМИ	Обычно обращаются / ежедневно обращаются			
	Республика	Город	Село	Молодежь до 30 лет
ТВ	91,0% / 85,3%	90,2% / 83,2%	93,4% / 92,1%	84,8 / 75,5 %
Радио	42,4% / 30,3%	41,0% / 28,6%	46,9% / 35,4%	36,8% / 22,5%
Журналы, газеты	62,9% / 25,5%	62,2% / 24,6%	64,9% / 28,2%	52,3% / 13,6%
Интернет	24,2% / 13,7%	29,9% / 18,0%	5,6% / 0,3%	53,3% / 35,1%

Согласно данным опроса, телевидение вытесняет из национальной медиасреды радио (еще совсем недавно данный вид СМИ занимал второе место в целом по стране и лидировал в сельской местности). Этому во многом способствовала государственная политика в области развития и наращивания эфирной сети распространения национальных телеканалов – вплоть до 100-процентного технического охвата вещания населения республики[6]. Телевидение на сегодняшний день достаточно успешно конкурирует с Интернетом, так как оно не менее оперативно и вместе с тем более доступно.

Однако наземное эфирное вещание уже потеряло свои приоритеты по распространению телевизионного сигнала. В ходе опроса было выявлено, что только половина респондентов (50,9%) смотрят эфирное телевидение, 43,9% – кабельное, 13,3% – спутниковое. Причем **хотели бы смотреть эфирное телевидение только 30,1% граждан, кабельное – 41,7%, спутниковое – 41,4%.**

Высокий процент распространения телепрограмм через кабельные сети обусловлен рядом факторов. Прежде всего техническими обстоятельствами (в крупных городах очень сложно обеспечить сегодня устойчивый прием на обычную индивидуальную антенну из-за рельефа местности, плотной городской застройки и др.). Кроме того, кабельное телевидение предоставляет возможность населению за достаточно умеренную плату получать обширный пакет телевизионных каналов. В связи с этим примерно равные группы населения и в городе, и на селе готовы на сегодняшний день платить за систему индивидуального спутникового приема для того, чтобы иметь у себя дома возможность смотреть не только белорусские, но и другие телеканалы. Республика Беларусь является страной, в которой широко развита

[6] В настоящее время с помощью эфирного наземного вещания программы Первого канала могут принимать 99,6% населения, Общенационального телевидения (ОНТ) – 97,4%, телеканала «ЛАД» – 91,6%, «Столичного телевидения» (СТВ) – 80,7%. Данные Белорусского радиотелевизионного передающего центра.

инфраструктура кабельного телевидения[7]. Можно предположить, что уже в ближайшем будущем с ростом доходов населения численность этих групп будет расти.

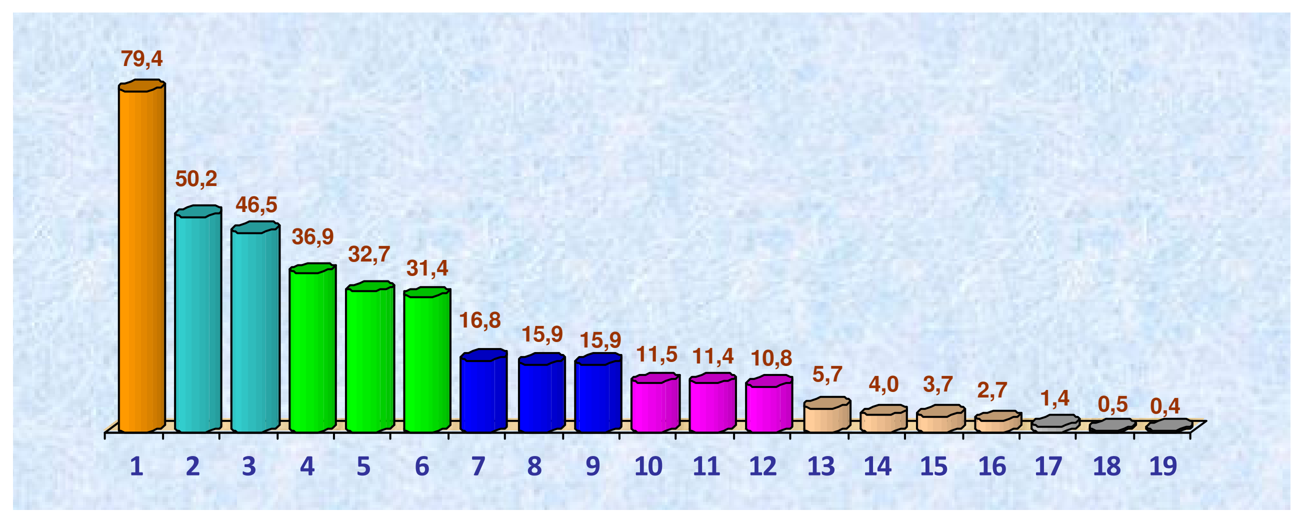
У белорусов падает интерес к наземному эфирному вещанию. Только 22,3% горожан и 55,1% сельчан хотели бы в будущем сохранить у себя дома возможность приема телепрограмм на эфирную антенну. И сельчане, и горожане хотели бы иметь кабельное и спутниковое телевидение. Так, кабельным телевидением желают пользоваться 20,7% жителей села и 48,4% горожан. **Еще больше желающих принимать телесигнал по спутнику (на селе – 38,4%, в городе чуть больше – 42,4%)**.

Перечень телеканалов, на которых граждане чаще всего смотрят передачи, возглавляет канал **ОНТ:** его указали почти **80%** опрошенных. **Половина** респондентов наиболее часто смотрят программы **Первого канала** (Белорусского телевидения), и немного меньше граждан отметили канал «НТВ-Беларусь». Практически каждый третий опрошенный смотрит каналы «РТР-Беларусь», «ЛАД», СТВ-РЕН ТВ (см. диаграмму 33).

Диаграмма 33

Популярность телевизионных каналов

(в % от числа опрошенных)



1. ОНТ
2. Первый канал (Белорусское телевидение)
3. «НТВ-Беларусь»
4. «РТР-Беларусь»
5. «ЛАД»
6. СТВ-РЕН ТВ
7. Оригинальные версии российских телеканалов (ОРТ, НТВ и т. д.)
8. Музыкальные каналы (Первый музыкальный, Муз-ТВ и т. д.)
9. Познавательные каналы (Discovery, Animal Planet и т. д.)
10. Новостные каналы (EuroNews, BBC и т. д.)
11. Каналы, транслирующие художественные фильмы («Наше кино», Hallmark и т. д.)
12. Спортивные телеканалы (Eurosport, Viasat Sport и т.д.)
13. Украинское телевидение
14. Областное телевидение
15. Детские каналы («Детский мир», Jetix и т. д.)
16. Межгосударственный телеканал «Мир»
17. Спутниковый канал «Белсат»
18. Польское телевидение
19. Литовское телевидение

---

[7] Министерством информации Республики Беларусь выдано также разрешение на распространение в кабельных сетях страны примерно 100 телеканалов, как правило, зарубежных. В Беларуси зарегистрировано около 135 операторов кабельного телевидения. Точные данные о количестве абонентов отсутствуют. По неофициальным данным Министерства информации, их количество колеблется в диапазоне от 1,3 млн. до 2 млн.

Менее 20% участников опроса часто смотрят передачи «оригинальных версий российских телеканалов (ОРТ, НТВ и т. д.)», познавательные и музыкальные каналы; каждый десятый – каналы, транслирующие художественные фильмы, новостные и спортивные. Немногие (между 6% и 3%) отметили украинское, областное телевидение, детские каналы и межгосударственный телеканал «Мир». Завершают данный перечень спутниковый канал «Белсат», польское и литовское телевидение.

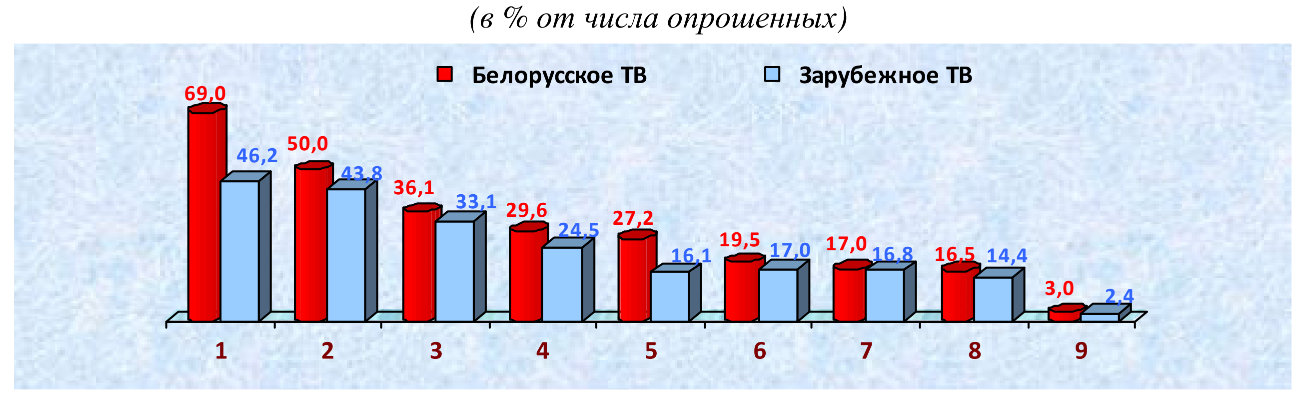
Можно выделить следующие причины сложившейся иерархии в популярности телеканалов.

Во-первых, создание национальным телевидением, а именно двумя основными телеканалами – ОНТ и Первым каналом, системы мощных служб теленовостей, которые оперативно информируют население обо всем, что происходит в стране и мире. Как уже отмечалось, в современном телевидении население Беларуси прежде всего видит источник оперативной информации о повседневной жизни. Об этом свидетельствует не только то, что современное телевещание успешно конкурирует с Интернетом, но и распределение жанровых предпочтений белорусских телезрителей (см. диаграмму 34).

Диаграмма 34

Наиболее интересные гражданам жанры программ (передач) на белорусском и зарубежном телевидении

(в % от числа опрошенных)



1. Новости
2. Художественные фильмы
3. Развлекательные программы (шоу, концерты поп-музыки, др.)
4. Телевизионные сериалы
5. Информационно-аналитические программы
6. Документальные фильмы
7. Спортивные передачи
8. Культурно-образовательные передачи
9. Детские передачи

Во-вторых, граждане пенсионного возраста и сельские жители, которые вообще чаще всего обращаются именно к телевидению как источнику информации, предпочитают смотреть белорусское телевидение: ОНТ (86,9% и 89,5%), Первый канал (67,4% и 63,3%), «ЛАД» (45,9% и 47,5% соответственно).

На отечественном и зарубежном телевидении населению страны нравится смотреть прежде всего новости (69,0% и 46,2% соответственно).

При выборе новостных программ для просмотра они руководствуются многими мотивами, но главный из них – оперативность. 41,9% опрошенных уверены в том, что с помощью телевидения получают самые свежие новости.

На первое место в перечне новостных программ, которые граждане смотрят наиболее часто, с большим отрывом вышла передача **«Наши новости» (ОНТ)**. Ее отметили половина (52,6%) опрошенных (см. диаграмму 35).

Диаграмма 35

Новостные передачи, которые граждане смотрят чаще всего

(в % от числа опрошенных)



Именно эта программа – одна из тех, которые выводят телеканал в лидеры. Далее следует целая группа новостных передач, которые смотрят примерно от 30 до 10% опрошенных. Причем в перечень данных программ входят не только белорусские новостные передачи, но и российские («Сегодня» – НТВ, «Вести» – РТР, «Время» – ОРТ).

В иерархии новостных программ также определяются свои лидеры и аутсайдеры. При этом шкала популярности новостных программ снижается в 15 раз от «Наших новостей» (ОНТ) к новостным выпускам (СТВ), которые замыкают их перечень.

Участники опроса **чаще всего смотрят** информационно-аналитические телепередачи, транслируемые **на канале ОНТ и Первом канале (БТ).**

Так, среди часто просматриваемых телезрителями передач **лидирует** программа **«Контуры» (ОНТ)**. Данную передачу часто смотрят **31,4% респондентов**. За ней следует ток-шоу «Выбор» (ОНТ), которому отдают предпочтение 16,3% опрошенных.

На Первом канале (БТ) телезрители стараются смотреть прежде всего программы «Панорама» (13,8%) и «Панорама недели» (10,8%).

У менее чем 10% участников опроса наиболее популярны программы «Вокруг планеты» (Первый канал), «К барьеру» (НТВ), «Международная панорама» и «Большая политика» (ОНТ). Наиболее редко респонденты отмечали такие программы каналов отечественного

телевидения, как «Неделя» (СТВ), «Земельный вопрос» (Первый канал), а также передачи «Все о безопасности» и «Другие» на канале «ЛАД».

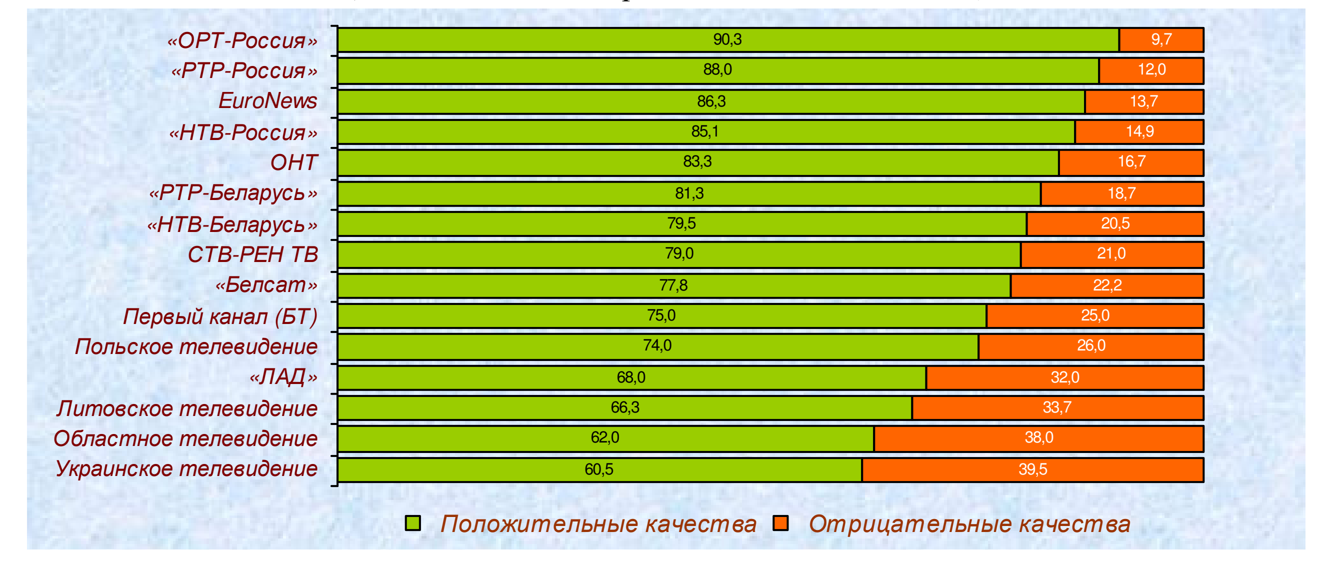
Основу привлекательности (интереса) для граждан той или иной информационно-аналитической передачи составляют прежде всего следующие факторы: освещение актуальных, злободневных вопросов (21,7%), получение информации, во многом полезной для себя (15,7%), изложение доступной для понимания и восприятия информации (12,7%).

Распределение ответов зрителей свидетельствует, что всем из пятнадцати оцениваемых телеканалов присущи как положительные, так и отрицательные качества, но позитивные характеристики свойственны им в большей степени, чем негативные (см. диаграмму 36).

Диаграмма 36

Качества, наиболее присущие телеканалам

(в % от числа телезрителей каждого канала)



Примечание.

Положительные качества *телеканалов: объективность и достоверность освещаемых событий; актуальность и значимость материала; убедительность, аргументированность информации; отражение различных точек зрения; доступность для понимания и восприятия материала.*

Отрицательные качества *телеканалов: заведомое искажение информации; погоня за «сенсацией», «жареными» фактами и мелкотемье; однообразие и «штампы» в подаче материала; односторонность в подаче информации; мало критических материалов; усложнение речи специальной терминологией, длинными фразами.*

Анализ полученных данных позволяет условно объединить телеканалы в три группы. ***Первая группа*** представлена телеканалами, которым их телезрителями дана **наиболее высокая оценка:** «ОРТ-Россия», «РТР-Россия», EuroNews, «НТВ-Россия», ОНТ, «РТР-Беларусь» (90–80% положительных качеств).

Вторую (промежуточную) группу составили каналы «НТВ-Беларусь», СТВ-РЕН ТВ, «Белсат», Первый канал (БТ), польское телевидение (80–70% положительных качеств).

Третья группа представлена телеканалами, которым дана **наиболее низкая оценка:** «ЛАД», литовское, областное, украинское телевидение (70–60% положительных оценок и 40–30% – отрицательных).

По оценкам зрителей, и положительные, и отрицательные качества в разной степени характерны для белорусских и зарубежных телеканалов.

Такое качество как ***объективность и достоверность*** освещаемых событий, по мнению телезрителей, наиболее присуще российским каналам (НТВ, ОРТ, РТР), белорусскому каналу ОНТ, новостному – EuroNews, польскому ТВ, каналу «ЛАД». Заведомое искажение информации в большей мере характерно для украинского, областного, литовского телевидения.

Актуальность и социальная значимость материала более свойственны Первому каналу (БТ), областному ТВ, ОНТ, польскому телевидению и каналу «Белсат». Погоня за «сенсацией», «жареными» фактами и мелкотемье характеризуют прежде всего украинское, литовское телевидение, каналы «НТВ-Россия» и «НТВ-Беларусь».

Убедительность, аргументированность информации, по мнению респондентов, прежде всего присущи российским каналам (НТВ, ОРТ, РТР), а также каналам EuroNews, «НТВ-Беларусь», «РТР-Беларусь». Однообразие и штампы в подаче материала более свойственны областному, польскому телевидению, каналам «Белсат», «ЛАД», литовскому, украинскому телевидению, Первому каналу (БТ) и СТВ-РЕН ТВ.

Отражение различных точек зрения преобладает над односторонностью в подаче информации на российских каналах (ОРТ, НТВ, РТР), польском телевидении, каналах «НТВ-Беларусь», EuroNews, «РТР-Беларусь». Односторонность в подаче информации более характерна для областного телевидения, канала «ЛАД», Первого канала (БТ).

«***Мало критических материалов***» – отмечают зрители всех каналов, кроме EuroNews, но чаще других – литовского, польского, украинского телевидения, каналов «Белсат», «ЛАД», Первого канала (БТ), «РТР-Россия».

Такое качество как ***доступность для понимания и восприятия материала*** присуще большинству телеканалов, и в первую очередь каналам «ОРТ-Россия», «НТВ-Россия», «РТР-Россия», областному и польскому телевидению, каналам ОНТ, «Белсат». Усложнение речи специальной терминологией, длинными фразами характерно для украинского телевидения, каналов EuroNews, «РТР-Беларусь», литовского телевидения.

В ходе исследования также был рассмотрен вопрос о языке СМИ в условиях существующего в стране двуязычия. Из данных опроса следует, что большинство белорусских граждан хотели бы получать информацию из СМИ прежде всего на русском языке: по телевидению (60,3%), из газет и журналов (59,5%), по радио (56,2%), через сеть Интернет (51,8%).

Число респондентов, для которых предпочтительно использование в работе СМИ только белорусского языка, составило менее 5% в одинаковой степени как в городе, так и на селе. За применение одновременно и белорусского, и русского языка высказались: на телевидении – 34,1%; в прессе – 33,6%; на радио – 30,9%; в сети Интернет – 25,0%.

В оценках деятельности белорусского телевидения, выставленных респондентами, преобладает оценка «средне» (52,1%). Каждый третий участник опроса (31,0%) оценил белорусское телевидение «высоко»; значительно реже давалась оценка «низко» (7,1%).

Респонденты отмечают улучшение в деятельности СМИ, и прежде всего телевидения (46,6%). Для сравнения: на позитивные перемены в работе прессы указали 31,2% участников опроса, радио – 22,5%, сети Интернет – 13,6% опрошенных. Треть респондентов (35,5%) считают, что работа телевидения осталась прежней, на ухудшение указывают только 5,1%.

Следует отметить, что 29,6% опрошенных граждан отрицают наличие недостатков в работе белорусского телевидения. Остальные респонденты указывают на следующие отрицательные стороны в его деятельности:

– подражание российским каналам – 26,4%;
– недостаточное отражение реальных проблем (показ преимущественно хороших новостей) – 16,1%;
– отсутствие новых, свежих идей – 16,1%;
– недостаточно оригинальных отечественных программ (в основном купленные форматы) – 13,7%;
– необъективное освещение событий (излишняя идеологизация подаваемого материала) – 13,6%;
– отсутствие качественных развлекательных программ – 12,7%;
– мало программ (передач), заставляющих зрителя думать – 12,0%;
– однообразие и штампы в подаче материала – 10,8%;
– отсутствие альтернативной точки зрения – 10,6%.

Менее 10% респондентов указали на неудачное время трансляции интересных программ, недостаточное количество детских образовательных и научно-популярных программ, обсуждение неактуальных проблем, низкий профессионализм ведущих, некачественный комментарий событий.

Такой диаметрально противоположный подход к оценке работы телевидения в стране – когда, с одной стороны, почти половина опрошенных признают улучшение в работе телевидения в целом (в отличие от прессы и радио), а с другой – две трети, находят в его работе с десяток недостатков – объясняется довольно просто. Телевидение сегодня – наиболее стремительно

развивающийся вид СМИ в технологическом плане. Технический прогресс делает доступными для человека десятки телеканалов, не требуя от него при этом практически никаких действий в виде поиска дополнительных технических приспособлений, знаний, навыков и компетенций, как это происходит, например, в случае с Интернетом. Именно это выводит его на первое место в перечне тех медийных источников, которые удовлетворяют информационные запросы человека, что, естественно, сказывается и на позитивных оценках его работы в целом.

Другое дело – оценка содержательных качеств белорусского телевидения. Население находит в нем немало недостатков и в большинстве выставляет ему именно среднюю оценку (более 50% опрошенных).

Удовлетворенность зрителей освещением разнообразной тематики и качеством транслируемых передач определяет доверие к телеканалам.

Распределение ответов зрителей оцениваемых телеканалов показало, что **наибольшим доверием** у граждан пользуется телеканал **ОНТ**. Большинство зрителей данного телеканала **(61,2%) доверяют** ему **полностью**, более трети (37,0%) – частично и лишь 1,8% – не доверяют.

На одинаковом уровне пользуются доверием у зрителей Первый канал (БТ) и новостные каналы (EuroNews, BBC и т.д.). Среди данных по ним оценок респондентов преобладает положительная, отмечающая их полное доверие (более половины зрителей каналов).

Что касается телеканалов «РТР-Беларусь», «НТВ-Беларусь», «ЛАД», то мнения их зрителей разделились: одна половина респондентов отметила свое полное им доверие, а другая половина – лишь частичное.

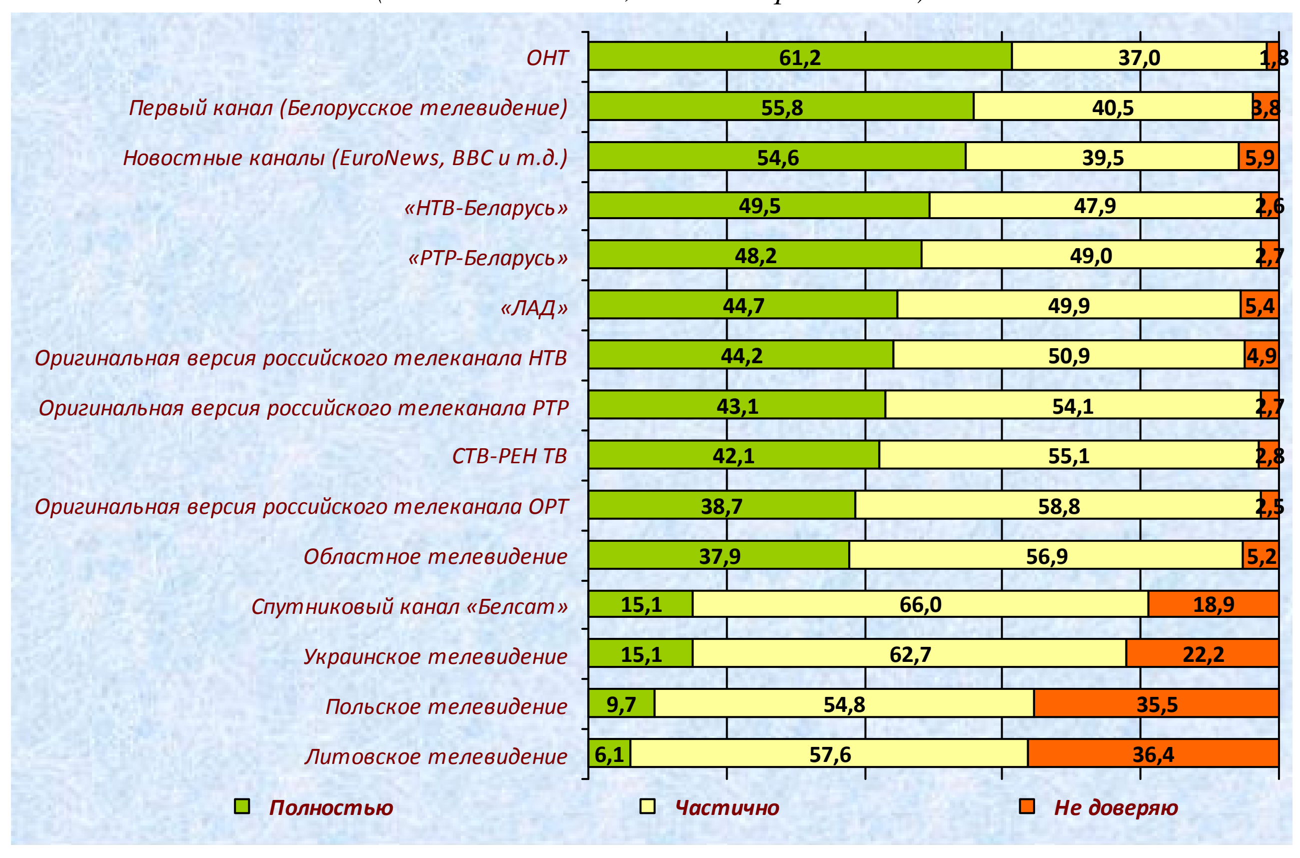
Остальным из оцениваемых телеканалов (СТВ, каналы областного телевидения, российские телеканалы ОРТ, НТВ и РТР, спутниковый канал «Белсат», каналы украинского, польского, литовского телевидения), значительное число их зрителей доверяют лишь частично и меньшее число – доверяют полностью. К тому же в данной группе телеканалов выявились такие (спутниковый канал «Белсат», каналы украинского, польского, литовского телевидения), которым их зрители, по сравнению с другими оцениваемыми телеканалами, не доверяют более всего (см. диаграмму 37).

Таким образом, граждане Республики Беларусь достаточно неоднозначно оценивают работу национальных телеканалов. Что касается степени доверительного отношения к ним, то практически одинаково зрители доверяют информации как национального, так и зарубежного телевидения за исключением телеканалов, расположенных на территории непосредственно западных стран – соседей Беларуси: Литвы, Польши и Украины.

Диаграмма 37

Доверие телевизионным каналам

(в % от числа тех, кто смотрит канал)



4.2. Печатные средства массовой информации Беларуси в информационном пространстве страны. Мнение читателей

Печатные СМИ – газеты и журналы – по-прежнему являются востребованным источником получения информации о происходящих событиях. Несмотря на активное распространение цифровых СМИ (телевидения и Интернета), позволяющих оперативно получать необходимые сведения, население республики продолжает покупать и читать газеты. Так, результаты исследований ИАЦ свидетельствуют, что **практически две трети респондентов (62,9%) получают необходимую информацию о жизни в Беларуси и за рубежом из печатных СМИ**[8].

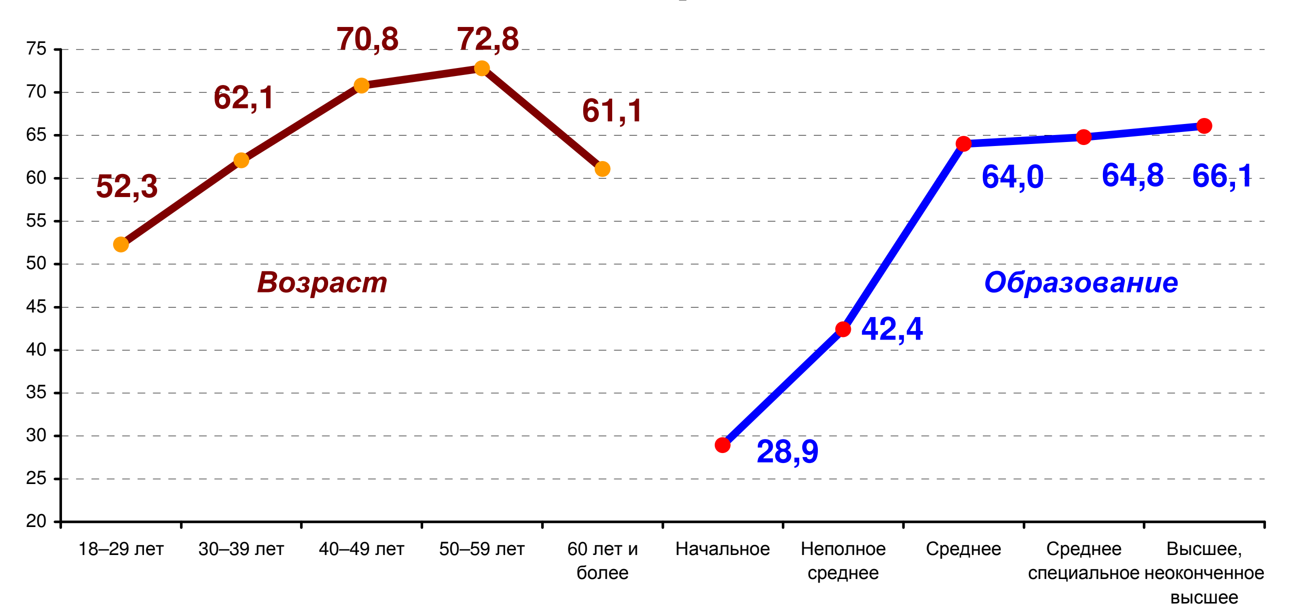
Вместе с тем роль СМИ как источника информации наиболее высока у старшей возрастной и наиболее образованной группы белорусского населения. Причем чем старше граждане Беларуси и чем выше уровень образования опрошенных, тем чаще они указывают на печатные СМИ в качестве основного источника получения информации (см. диаграмму 38).

[8] По состоянию на 8 февраля 2009 г., в Республике Беларусь, по данным Министерства информации, зарегистрировано 1 314 периодических изданий, в том числе 663 газеты, 594 журнала, 42 бюллетеня, 6 каталогов, 9 информационных агентств. Поэтому необходимо отметить, что в силу многочисленности и разнообразия данного вида СМИ в указанном опросе рассматривается только газетный сегмент печатного рынка (пресса) как наиболее ценный с точки зрения информативности для населения.

Диаграмма 38

Влияние возраста и образования респондентов на частоту обращения к прессе

(в % от числа опрошенных)



Исключение составляют лица пенсионного возраста. При опросе выявлено снижение у них интереса к газетам и журналам.

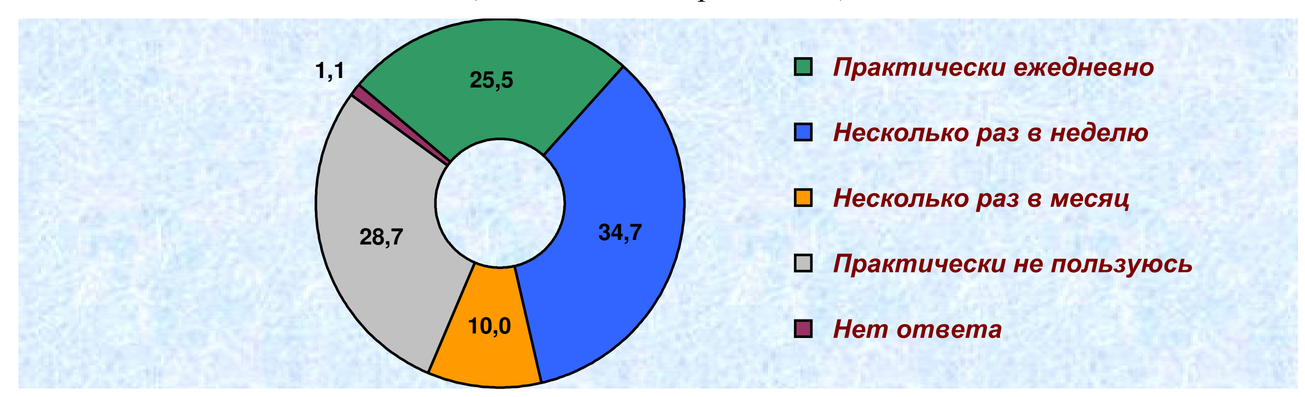
Становится тенденцией падение интереса к печатным СМИ и у молодежи (до 30 лет): количество тех, кто читает прессу ежедневно, составляет 13,6%. Анализ частоты обращений к печатным СМИ свидетельствует, что в настоящее время газетная периодика не является ежедневным масс-медиа и выходит в Республике Беларусь максимум 5 раз в неделю (основные республиканские газеты), 3 раза в неделю – областные печатные издания, 2 раза – районные и городские. Все остальные, к которым можно отнести издания досугового и справочно-информационного характера, а также оппозиционных власти структур, как правило, являются еженедельниками.

Из-за специфики своего выхода пресса может поступать к читателю с различной периодичностью. Если рассматривать обращение к печатным СМИ на недельном временном лаге, то они сохраняют здесь свои позиции второго типа средств массовой информации по значимости получения сведений. В общем к прессе за получением информации в данном случае обращаются 44,7% опрошенных (см. диаграмму 39).

Большинство участников опроса указали, что получают печатные издания по подписке (41,3%) или приобретают в местах их распространения (37,5%). Каждый восьмой респондент (12,8%) берет газеты и журналы у родственников, знакомых или друзей, 7,2% читают прессу в библиотеке, по месту работы; такое же число белорусских граждан смотрят печатные СМИ в Интернете, а 6,5% покупают газеты у частных распространителей.

Диаграмма 39

Распределение ответов респондентов на вопрос
**«Как часто Вы обращаетесь
к печатным средствам массовой информации?»**
(в % от числа опрошенных)



Сельские жители чаще получают печатную прессу по подписке (57,0%), а горожане – покупают в розницу (40,4%). Среди социальных категорий чаще выписывают газеты служащие и специалисты бюджетной сферы (55,1%), руководители первичного звена (51,5%), реже – молодые люди (21,5%).

В Интернете печатные издания больше читает молодежь (18,9%), особенно студенты (24,8%). В остальных социально-демографических группах число знакомящихся с газетными интернет-версиями не превышает 16% (предприниматели). У других категорий граждан процент обращений гораздо ниже – 10–13%. Поскольку указанные категории населения часто обращаются к прессе в целом, прибегая к традиционным услугам по подписке и в розницу, можно предположить, что знакомство с прессой в Интернете для них носит дополнительный и эпизодический характер.

В национальном медиаландшафте присутствуют газеты – лидеры популярности в читательской аудитории. В сегменте государственной печати первые места занимают местная (районная) печать и газета «Советская Белоруссия». В негосударственном секторе таковыми являются газеты «Комсомольская правда» в Белоруссии» и «Аргументы и факты в Белоруссии». Причем если государственная пресса больше распространяется по подписке, то негосударственная чаще реализуется через розничную сеть (см. таблицу 2).

Таблица 2

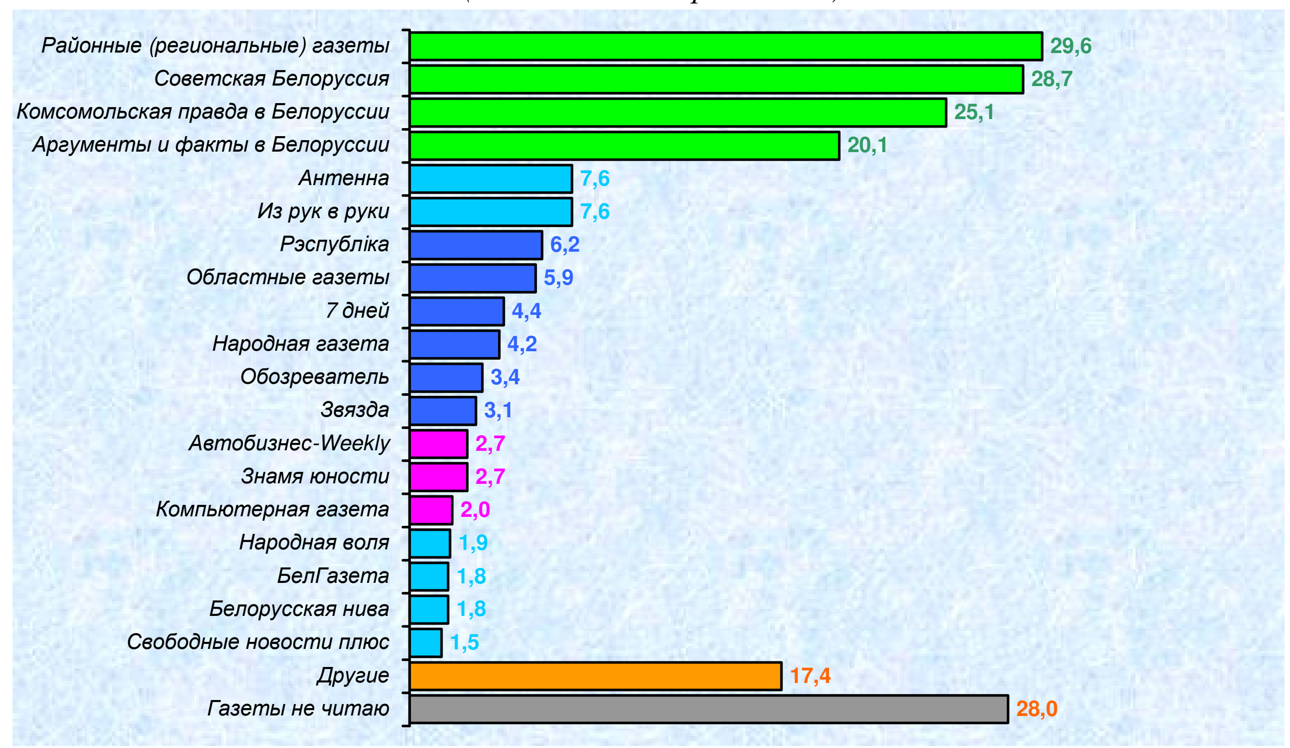
**Взаимосвязь предпочтений респондентов
и способа получения интересующих печатных изданий**
(в % от числа указавших способ доступа к печатным изданиям)

Наименование издания	Доступ к печатным изданиям	
	Выписываю	Покупаю
Районная (региональная) газета	**55,3**	**28,3**
«Советская Белоруссия»	**46,2**	**34,2**
«Комсомольская правда» в Белоруссии»	**28,5**	**44,7**
«Аргументы и факты в Белоруссии»	**24,5**	**33,0**

В целом топ-20 наиболее популярных белорусских газет выглядит следующим образом (см. диаграмму 40).

Диаграмма 40

Топ-20 популярных изданий
(распределение ответов респондентов на вопрос
«Какие газеты Вы чаще всего читаете?»)
(в % от числа опрошенных)



Печатные СМИ можно разделить на несколько групп.

1. Наибольшее информационное влияние на население страны оказывают определенные формальные («Советская Белоруссия») и неформальные (региональная печать) корпоративные структуры или участники крупных международных медиахолдингов («Комсомольская правда» и «Аргументы и факты»).

2. Далее (согласно своей популярности) следуют такие издания как «Антенна» и «Из рук в руки». Они удовлетворяют потребности населения в культурно-рекреационной и повседневно-бытовой информации и по организационной структуре также являются частью крупных медиахолдингов и широко известных газетных брэндов. Их разовые и совокупные тиражи намного ниже, чем у первой группы изданий, однако они практически закрывают информационные потребности населения в сведениях определенной тематики и жанров.

3. Третья группа государственных и частных газет, сохраняющая примерный уровень тиражей второй группы, в определенной степени удовлетворяет потребности граждан в получении информации о деятельности властных структур на республиканском и областном уровнях и является

достаточно влиятельным и популярным для различных категорий населения сегментом масс-медиа. Это «Народная газета», «Звязда», «Рэспубліка», областные печатные СМИ.

4. В следующей группе газет по своему влиянию, имеющей более низкие тиражи, находятся периодические издания, которые удовлетворяют информационные потребности более узких целевых групп граждан (своеобразных групп по интересам). Эти люди объединены наиболее узкими профессиональными интересами, что отражено в названиях периодических изданий («Компьютерная газета», «Автобизнесс Weekly»), или политическими настроениями с именно оппозиционными взглядами по отношению к действующей власти.

5. Издания, объединенные в группу «другие»: это газеты, чей рейтинг в топ-20 белорусской прессы не поднимается выше 1%. Сюда относятся самые различные по своей направленности газеты, но их аудитория крайне узка. Например, последователи коммунистической идеологии, представители творческой интеллигенции, читающие специальные издания по науке и культуре, т. д.

Анализ предпочтений участников опроса показывает, что **«Советскую Белоруссию»** чаще выбирают жители села, чем горожане (37,0 и 26,2% соответственно), служащие и специалисты бюджетной сферы (39,8%), руководители (35,4%), реже – молодежь (15,9%), в частности – учащиеся, студенты (10,9%).

«Аргументы и факты в Белоруссии» больше предпочитают руководители (26,2%) и служащие (25,3%), реже – студенты (15,8%).

«Комсомольская правда» в Белоруссии» наиболее востребована среди служащих (33,9%), рабочих промышленности (32,1%), в то же время менее популярна у пенсионеров (19,8%).

Районные газеты чаще читают сельчане, чем жители города (51,5 и 22,6% соответственно), руководители первичнога звена (48,5%), служащие и специалисты бюджетной сферы (40,7%), реже – молодые люди (19,9%) и только 5,0% учащихся и студентов.

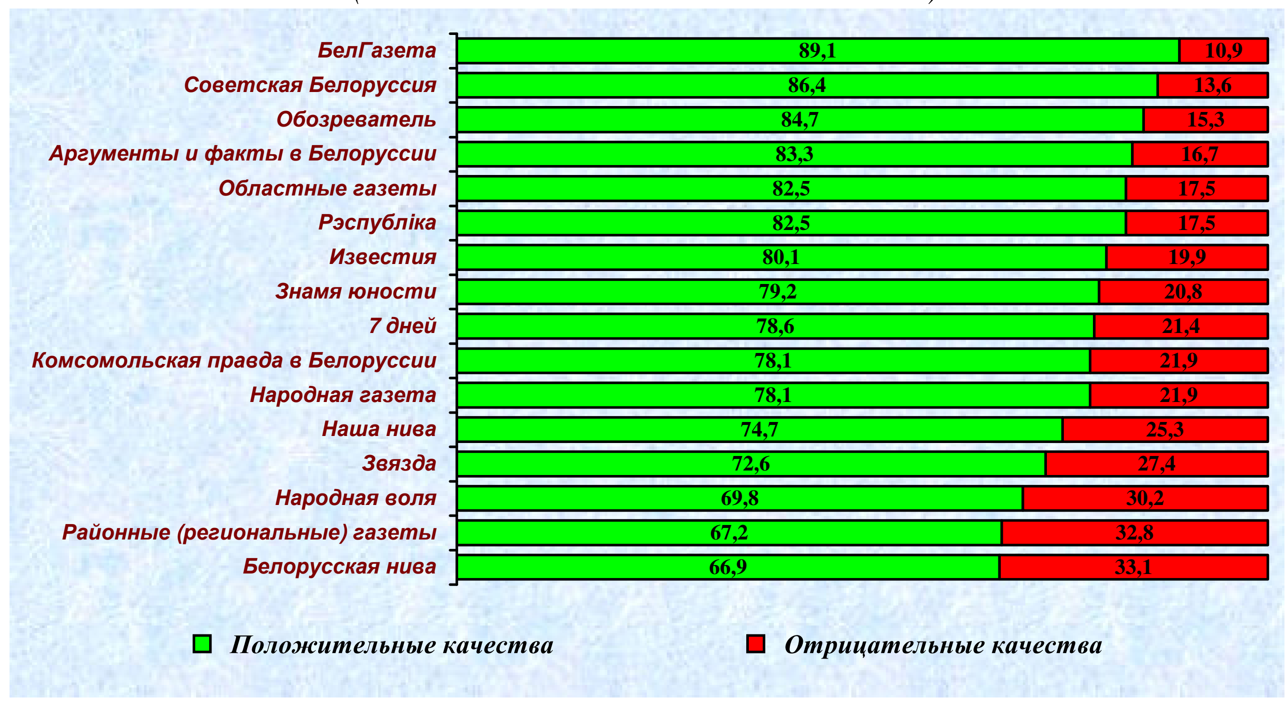
Специфика газет – способ подачи информации, дизайн, тематика – делает данные издания популярными в одних целевых группах и совершенно невоспринимаемыми в других. Например, «Обозреватель» совершенно безинтересен сельчанам, «Народная газета» и «Звязда» – предпринимателям.

Распределение ответов читателей свидетельствует, что по всем оцениваемым печатным изданиям положительные характеристики преобладают над отрицательными. Несмотря на это, соотношение положительных и отрицательных качеств, которыми читатели наделили печатные издания, неодинаково (см. диаграмму 41).

Диаграмма 41.

Удельный вес положительных и отрицательных качеств газет

(в % от числа читателей каждой газеты)



Примечание.

Положительные качества: *объективность и достоверность освещаемых событий; актуальность и значимость материала; убедительность, аргументированность информации; отражение различных точек зрения; доступность для понимания и восприятия материала; высокий уровень профессионализма журналистов.*

Отрицательные качества: *искажение информации; погоня за «сенсацией», «жареными» фактами и мелкотемье; однообразие и штампы в подаче материала; односторонность в подаче информации; усложнение текста специальной терминологией, длинными фразами; недостаточный уровень профессионализма журналистов.*

Первая группа представлена газетами, которым читателями дана наиболее высокая оценка: «БелГазета», «Советская Белоруссия», «Обозреватель», «Аргументы и факты в Белоруссии», областные газеты, «Рэспубліка» (90–80% положительных характеристик).

Вторую группу составили «Знамя юности», «7 дней», «Комсомольская правда» в Белоруссии», «Народная газета», «Наша нива» и «Звязда» (80–70% положительных качеств).

Третья группа представлена газетами, которым даны более низкие в сравнении с другими печатными изданиями оценки: «Народная воля», районные (региональные) газеты и «Белорусская нива» (менее 70% положительных оценок).

По мнению опрошенных, наиболее **актуальные и значимые материалы** публикуют на своих страницах районные и областные газеты. **Объективность и достоверность освещаемых событий** в наибольшей степени присущи таким газетам как «Обозреватель», «Знамя юности», «Белорусская нива», «БелГазета», «Звязда», «Советская Белоруссия», областные газеты, «Аргументы и факты в Белоруссии». Вместе с тем

участники опроса считают, что **искажение информации** присутствует в «Народной воле», районных газетах, «Комсомольской правде» в Белоруссии». Для последней, по мнению читателей, также характерны **погоня за «сенсацией», «жареными» фактами и мелкотемье. Однако, несмотря на все это, данная газета, наряду с такими изданиями** как «Обозреватель», «Советская Белоруссия», «Аргументы и факты в Белоруссии», «Рэспубліка», **аргументированно и убедительно представляет информацию читателям.**

Участники опроса указали, что статьи таких изданий как «Комсомольская правда» в Белоруссии», «Обозреватель», «Аргументы и факты в Белоруссии», «Известия» и «Народная воля» **представляют различные точки зрения,** а районные газеты, «Белорусская нива», наоборот, подают материал односторонне. Практически отсутствуют **критические статьи** в «Знамя юности», «Звязде», «Белорусской ниве».

Жанровые предпочтения белорусских читателей выглядят следующим образом: **три четверти участников опроса (73,8%) останавливают свой выбор на новостях, более двух пятых (43,4%) – на репортажах с места событий. Пользуются популярностью у респондентов газетные интервью, публикации писем читателей и отклики на них, а также аналитические статьи (на это указали от 32,7 до 27,8% опрошенных). Менее 10% респондентов читают колонку редактора и материалы литературных жанров.**

По данным опроса, в тематике печатных изданий граждан больше всего интересуют **международные события и политическая ситуация (на это указали более половины участников опроса). Проблемы экономического развития и социальные вопросы волнуют более 40% респондентов. Менее всего вызывают интерес проблемы экологии, этническая и религиозная тематика** (см. диаграмму 42).

Диаграмма 42

Распределение ответов респондентов на вопрос

«Какие темы в печатных СМИ Вас более всего интересуют?»

(в % от числа читателей)



Большинство белорусских граждан (59,5%) хотели бы получать информацию из газет и журналов на русском языке. За употребление в прессе одновременно и белорусского, и русского языков высказались треть респондентов (33,6%); и лишь 3,0% опрошенных хотели бы, чтобы печатные СМИ выходили только на белорусском языке.

Более половины читателей (55,0%) оценивают качество белорусских газет и журналов как «среднее», и только 22,4% считают их уровень высоким. Вместе с тем читатель лояльно относится к прессе, выходящей в республике. На низкое качество белорусских газет и журналов указали лишь 7% опрошенных. Отмечая недостатки в работе белорусских печатных СМИ, респонденты-читатели в первую очередь назвали отсутствие новых идей, необъективное освещение событий (излишняя идеологизация подачи материала). Они отмечают, что на газетных страницах небольшое количество публикаций, заставляющих читателя думать, редакции игнорируют реальные проблемы, в подаче материала наблюдаются однообразие и штампы (см. диаграмму 43).

Диаграмма 43

Распределение ответов респондентов на вопрос

«Какие недостатки Вы видите в работе белорусских печатных СМИ?»

(в % от читателей)



Отдельным показателем работы белорусских газетчиков является степень доверия белорусских читателей (см. диаграмму 44).

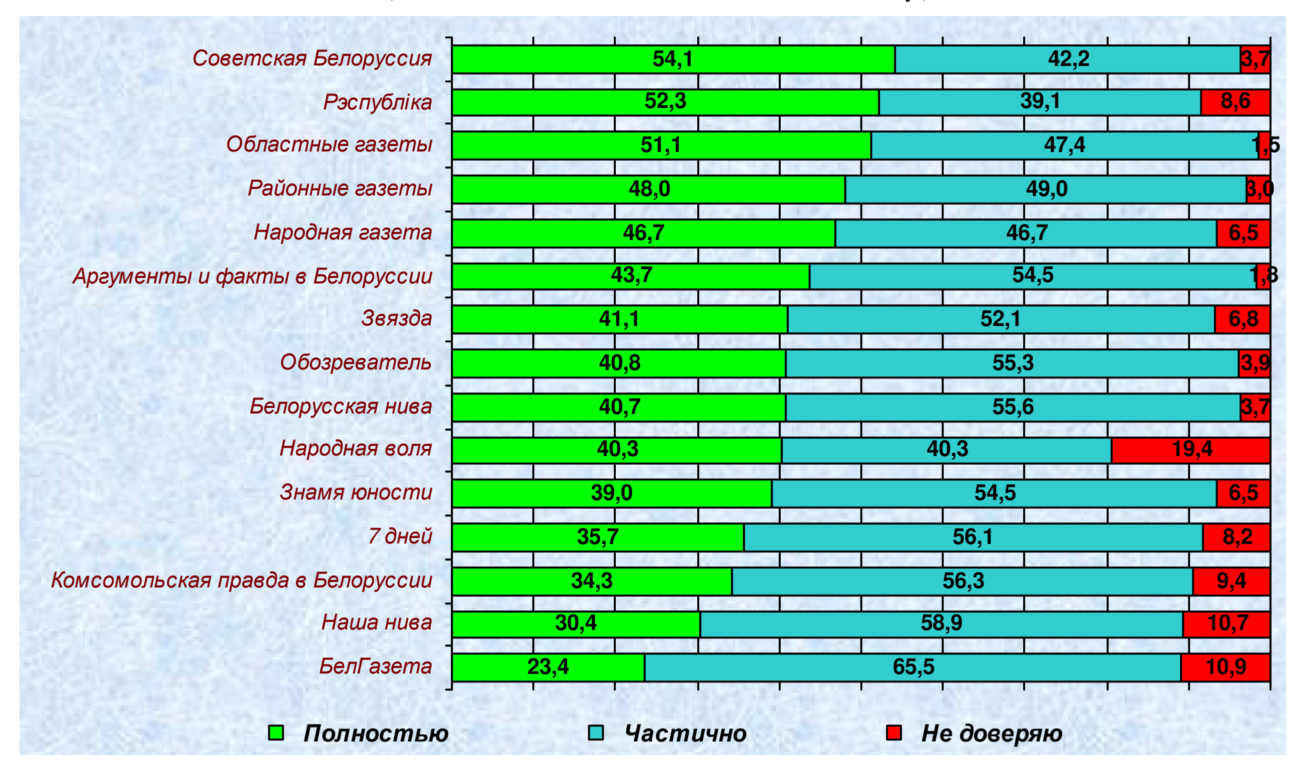
Распределение ответов респондентов показало, что больше всего читатели доверяют «Советской Белоруссии». Примерно такой же уровень доверия читателей – у «Рэспублікі» и областных газет. Среди полученных оценок преобладает положительная, свидетельствующая о полном доверии (более половины читателей данных газет). Близки к этому районная печать и «Народная газета» (48 и 46,7% соответственно).

Уровень доверия негосударственной прессе гораздо ниже: от 43% у газеты «Аргументы и факты в Белоруссии» до 23% – у «БелГазеты». При этом

негосударственной прессе респонденты выставляют гораздо больше отрицательных оценок. Больше всего их у «Народной воли» – ей полностью не доверяет каждый пятый.

Диаграмма 44

Распределение ответов респондентов на вопрос
«В какой мере Вы доверяете следующим газетам?»
(в % от числа тех, кто читает газету)



4.3. Радио в оценках белорусских граждан

Радио востребовано жителями республики в значительно меньшей степени, чем телевидение и печатные издания. Радиопередачи являются наиболее привычным источником необходимой информации о жизни в Беларуси и за рубежом для менее половины респондентов (42,4%)[9].

К радио чаще обращаются пенсионеры (50,9%), рабочие бюджетной сферы (48,5%), реже – молодежь (36,8%); сельчане больше, чем горожане (46,9% и 41,0% соответственно).

Согласно полученным результатам, практически **ежедневно** слушают **радио** 30,3% опрошенного населения (см. диаграмму 45).

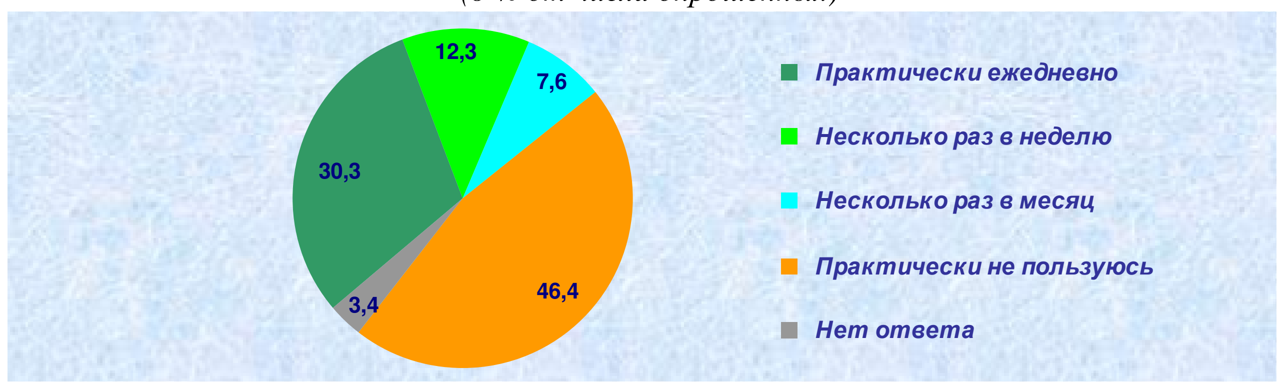
Большинство участников опроса **(56,2%) хотели бы получать информацию из радиопередач на русском языке**. За применение на радио одновременно и белорусского, и русского языков высказались 30,9% респондентов. Те, для кого предпочтительно использование в радиопрограммах только белорусского языка, составили лишь 3,9%.

[9] По данным Министерства информации, в Республике Беларусь на 8 февраля 2009 г. зарегистрировано 158 радиопрограмм (137 государственных и 21 негосударственная).

Диаграмма 45

Частота обращений белорусских граждан к радио

(в % от числа опрошенных)

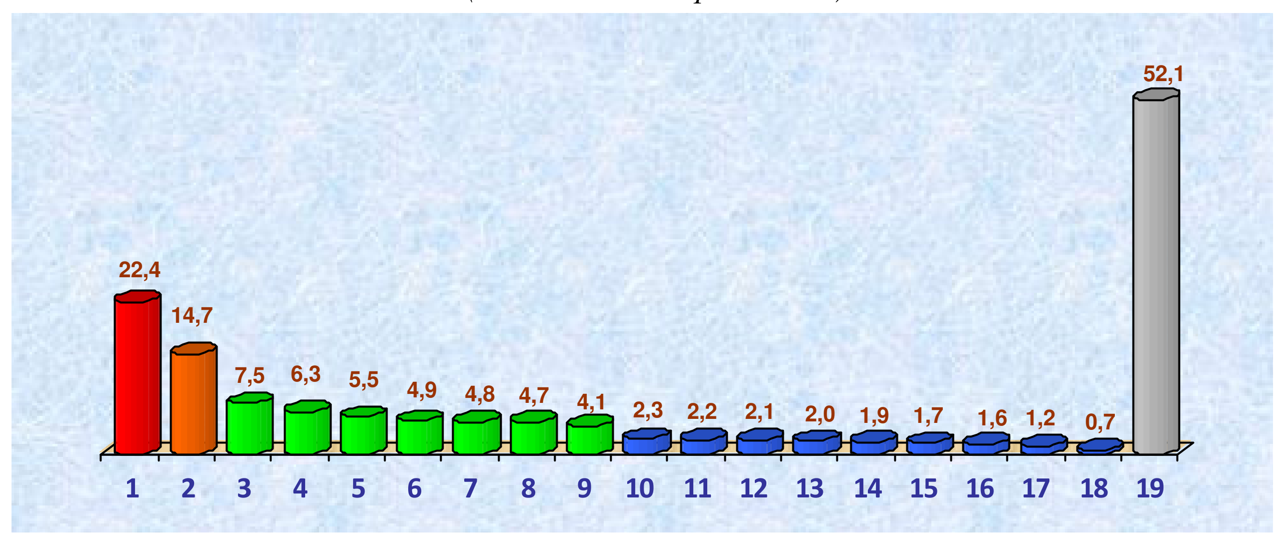


Наибольшей популярностью у граждан пользуется **Первый национальный канал Белорусского радио** – его передачи слушают часто **22,4%** опрошенных. Далее следует радиостанция **«Радиус-FM»**, программы которой предпочитают **14,7%** респондентов. Рейтинг каналов местного радио, «Радио Рокс», радиостанции «Сталіца» находится в диапазоне между 10% и 5% респондентов. Аудитория областного радио составляет менее 5% опрошенных (см. диаграмму 46).

Диаграмма 46

Востребованность гражданами радиоканалов

(в % от числа опрошенных)



1. Первый национальный канал Белорусского радио
2. Радиостанция «Радиус-FM»
3. Местное радио
4. Радио Рокс
5. Радиостанция «Сталіца»
6. Пилот-FM
7. Областное радио
8. Русское радио
9. Радио Би-Эй
10. Авторадио
11. Радио ОНТ
12. Канал «Культура»
13. Юнистар – Радио БГУ
14. Новое радио
15. Альфа Радио
16. Хит-FM
17. Другие
18. Мелодии века
19 Радио не слушаю

Анализ предпочтений участников опроса показал, что **Первый национальный канал Белорусского радио** чаще слушают сельские жители, чем горожане (35,4% и 18,3% соответственно), пенсионеры (41,3%), реже – молодежь (10,3%), в частности – учащиеся, студенты (5,9%). Все каналы **FM-радиостанции** наиболее популярны среди молодежи.

Вместе с тем необходимо отметить, что при определении реальной популярности и востребованности радиостанций следует учитывать существующий технический охват населения радиовещанием (см. таблицу 3).

Таблица 3

Технический охват
населения Республики Беларусь радиовещанием на 01.06.2009
(данные Белорусского радиотелевизионного передающего центра)

Радиовещательные станции	Охват населения			
	Всего, человек	В % от всего населения	В том числе сельского	
			Всего, человек	В % от всего сельского населения
Первый национальный канал Белорусского радио	9 671 400	100,00	2 524 100	100,00
Радиоканал «Культура»	9 428 647	97,49	2 354 985	93,30
«Радиус-FM»	9 485 709	98,08	2 394 613	94,87
Областное радиовещание	9 236 187	95,51	2 313 337	91,65
Радиостанция «Столица»	8 732 307	90,28	2 067 742	81,90
«Радио Рокс»	5 241 898	54,20	778 432	30,84
«Радио Би-Эй»	4 892 761	50,59	766 821	30,38
Радио «Пилот-FM»	4 430 468	45,81	442 222	17,52
«Радио-Минск»	3 541 666	36,62	357 166	14,15
Радио «Юнистар – Радио БГУ»	2 857 898	29,55	352 616	13,97
«Альфа Радио»	3 074 538	31,79	312 483	12,38
Радио «Мир»	3 048 425	31,52	308 445	12,22
«Новое радио»	2 417 850	25,00	198 141	7,85
«Русское радио»	2 345 314	24,25	264 020	10,46
Радио «Хит-FM»	1 996 176	20,64	149 931	5,94
«Радио ОНТ»	1 986 505	20,54	143 368	5,68
Радио «Беларусь»	1 320 146	13,65	321 317	12,73
Радио «Новый стиль»	365 578	3,78	17 163	0,68

Обращают на себя внимание ответы на вопрос *«Если произошло важное событие, то по какому из радиоканалов Вы предпочли бы*

получить информацию о нем?». **Только каждый пятый респондент (20,0%) обратился бы к радиоканалам вообще, прежде всего – Первому национальному каналу Белорусского радио и «Радиус-FM».**

Предпочтения радиослушателей **по тематике передач** выглядят следующим образом: практически половина респондентов слушают, главным образом, передачи **развлекательного раздела** (музыка, юмор и т. д.), более трети останавливают выбор на **новостях**.

Интересуют каждого третьего радиослушателя вопросы политической ситуации и проблемы экономического развития. Для каждого четвертого предпочтительны радиопередачи, в которых освещаются социальные вопросы, каждого пятого – темы экологии, здравоохранения, медицины, международные события, криминал. Наименьший интерес вызывают передачи о спорте, молодежи, духовно-нравственном, патриотическом воспитании граждан, религии, этике (см. диаграмму 47).

Диаграмма 47

Темы радиопередач, интересные гражданам

(в % от числа радиослушателей)



Наиболее популярны у **слушателей Первого национального канала Белорусского радио – «Новости».** Они интересны большинству аудитории канала (**63,8%**). Около 40% его слушателей предпочитают передачу «Радиофакт», на третьем месте по популярности – радиопрограмма «Постфактум» (21,5%). Наименьшую аудиторию собирают у радиоприемников передачи «Акценты», «Белорусский путь», «Политический вектор», «Общественная приемная» – менее 5% слушателей канала (см. диаграмму 48).

Распределение ответов слушателей свидетельствует, что практически по всем оцениваемым каналам положительные

характеристики преобладают над отрицательными. Несмотря на это, соотношение положительных и отрицательных качеств, которыми слушатели наделили радиоканалы, неодинаково (см. диаграмму 49).

Диаграмма 48

Популярность радиопередач Первого национального канала Белорусского радио

(% от числа слушателей канала)

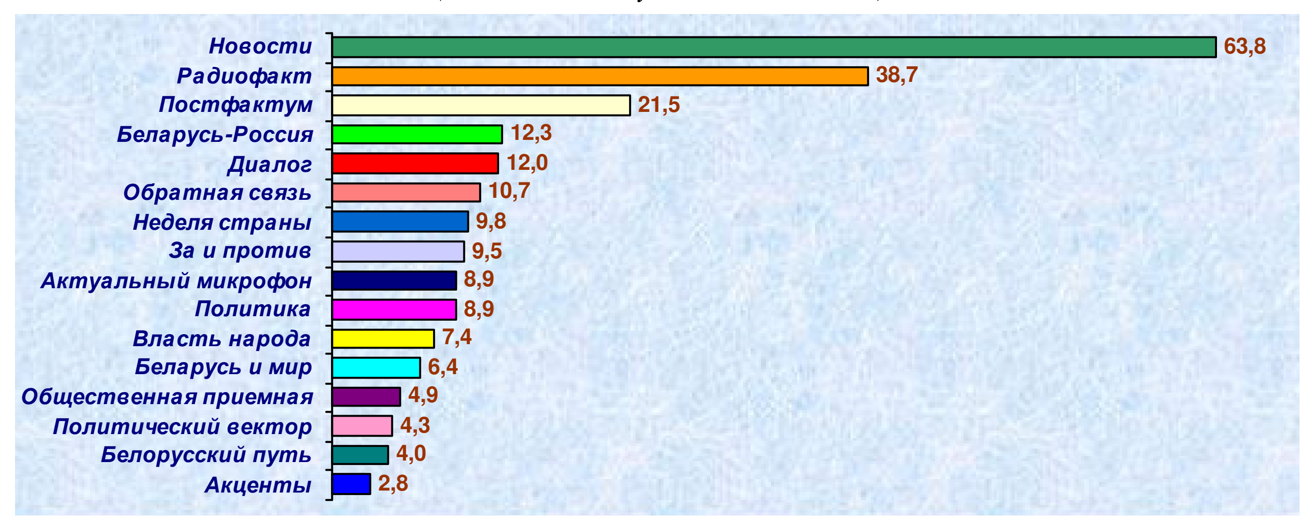


Диаграмма 49

Качества, присущие радиоканалам

(удельный вес положительных и отрицательных качеств в общем их числе, в % от числа слушателей радиоканалов)*

	Положительные качества	Отрицательные качества
Радио ОНТ	95,0	5,0
Авторадио	90,7	9,3
Радио Рокс	89,4	10,6
Первый национальный канал Белорусского радио	88,1	11,9
Хит-FM	85,9	14,1
Русское радио	85,7	14,3
Новое радио	85,2	14,8
Областное радио	85,1	14,9
Юнистар – Радио БГУ	85,0	15,0
Пилот-FM	83,7	16,3
Радиостанция «Радиус-FM»	83,4	16,6
Радиостанция «Сталіца»	83,0	17,0
Радио Би-Эй	79,2	20,8
Альфа Радио	74,6	25,4
Канал «Культура»	72,8	27,2
Местное радио	65,0	35,0
Мелодии века	36,0	64,0

****Положительные качества*** *радиоканалов: объективность и достоверность освещаемых событий; актуальность и значимость материала; убедительность, аргументированность информации; отражение различных точек зрения; преобладание хороших новостей; доступность для понимания и восприятия материала; высокий уровень профессионализма работников.*

Отрицательные качества *радиоканалов: искажение информации; погоня за «сенсацией», «жареными фактами»; однообразие и штампы в подаче материала; односторонность в подаче информации; мало критических материалов; усложнение речи специальной терминологией, длинными фразами; недостаточный уровень профессионализма работников радиостанций.*

Анализ полученных данных позволяет условно объединить радиоканалы в несколько групп.

Первую группу составили «Радио ОНТ» и «Авторадио», слушатели которых наделили передачи данных каналов наибольшим количеством **положительных качеств, – свыше 90%.** Отрицательные качества указали **менее 10%** респондентов.

Далее следуют: «Радио Рокс», Первый национальный канал Белорусского радио, «Хит-FM», «Русское радио», «Новое радио», областное радио, «Юнистар – Радио БГУ», «Пилот-FM», радиостанции «Радиус-FM» и «Сталіца». 80–90% их слушателей указали положительные качества, 10–20% – отрицательные.

Следующую группу составляют три канала – «Радио Би-Эй», «Альфа Радио» и канал «Культура», которые оценены слушателями следующим образом: положительные качества отметили 70–80% респондентов, отрицательные – 20–30%.

Каналам местного радио даны более низкие оценки в сравнении с предыдущими каналами (65,0% – положительных и 35,0% – отрицательных).

Особняком в перечне оцениваемых источников радиоинформации стоит радиостанция «Мелодии века». Она оказалась единственной из всех, которую слушатели наделили меньшим количеством положительных качеств в сравнении с отрицательными (36% и 64% соответственно).

Дополнительный анализ соотношения конкретных отрицательных и положительных качеств позволил выявить, какие из них, по мнению слушателей, наиболее присущи тем или иным радиоканалам.

По оценкам респондентов, **«объективность и достоверность освещаемых событий»** присущи многим каналам, но прежде всего радиостанциям «Сталіца», «Пилот-FM», «Новое радио», «Радио ОНТ», «Юнистар – Радио БГУ», «Альфа Радио».

Такое качество как **«актуальность и значимость материала»** характерно для передач «Радио ОНТ», Первого национального канала Белорусского радио, местного и областного радио. «Погоня за «сенсацией», «жареными фактами» – для каналов «Альфа Радио», «Мелодии века», «Пилот-FM», «Новое радио», «Хит-FM».

Убедительность, аргументированность информации, по мнению респондентов, наиболее свойственны передачам «Радио Рокс», «Новое радио», «Пилот-FM», Первый национальный канал Белорусского радио; противоположное качество (однообразие и штампы в подаче материала) более характерно – «Мелодиям века», местному радио, «Культуре».

Радиослушатели считают, что **«отражение различных точек зрения»** превалирует над «односторонностью в подаче информации» на радиостанциях «Новое радио», «Хит-FM», «Русское радио», «Радио ОНТ», «Авторадио», «Радио Рокс»; «односторонность в подаче информации» более характерна местному радио.

Участники опроса указали, что в информации «Авторадио», «Радио ОНТ» **«преобладают хорошие новости»**, а на каналах «Мелодии века», местного радио, «Радио Би-Эй», «Русское радио» «мало критических материалов».

Такое качество как **«доступность для понимания и восприятия материала»**, по мнению респондентов, наиболее присуще областному радио, радиостанциям «Хит-FM», «Альфа Радио», «Радио ОНТ», «Юнистар – Радио БГУ», «Авторадио», «Радио Би-Эй» и «Русское радио». На «усложнение речи специальной терминологией, длинными фразами» опрошенные слушатели более часто указывали применительно к «Мелодиям века» и «Культуре».

«Высокий уровень профессионализма работников» отмечали прежде всего слушатели «Русского радио», «Авторадио», «Радио ОНТ», «Альфа Радио», «Радио Рокс», «Пилот-FM», в то время как на «недостаточный уровень профессионализма» чаще указывали слушатели каналов «Мелодии века», местного радио, «Культура».

Белорусскому радио половина его слушателей (50,3%) выставила оценку «средне». «Высоко» его оценили 20,7% респондентов. Каждый десятый поставил низкую оценку.

Более оптимистично аудитория отечественного радио характеризует изменения в его деятельности. Так, улучшения в работе усматривает каждый третий респондент (33,1%); 41,9% считают, что все остается по-прежнему; лишь 2,4% отмечают ухудшения. Горожане более критично относятся к белорусскому радио, чем сельские жители (на улучшение в его работе указали 44,3% сельчан и 28,5% горожан).

Выражая свое мнение о **недостатках в работе радио**, половина слушателей (49,5%) отметили, что они отсутствуют. Остальные респонденты указали на следующие моменты:

– недостаточно оригинальных программ – 13,7%;
– отсутствие новых идей – 13,0%;
– подражание российским каналам – 11,9%;
– однообразие и штампы в подаче материала – 10,7%.

От 5% до 10% респондентов указали на недостаточное количество программ, заставляющих слушателя думать, необъективное освещение событий (излишняя идеологизация в подаче материала), недостаточное

количество зарубежных музыкальных программ, отсутствие отражения реальных проблем (трансляция преимущественно хороших новостей) и альтернативной точки зрения. Менее 5% радиослушателей отметили неудачное время трансляции интересующих их программ, обсуждение неактуальных проблем, недостаточное количество детских образовательных и научно-популярных программ, низкий профессионализм ведущих, некачественные комментарии событий.

Радиослушатели относятся неоднозначно к принятой **норме вещания на радио – 75%** продукции белорусских исполнителей. Свою положительную оценку высказали 44,0% респондентов, практически столько же слушателей (38,5%) отметили свое отрицательное отношение к данной ситуации.

Распределение ответов респондентов показало, что среди предложенных для оценки радиоканалов **наибольшим доверием** у своей аудитории пользуется **Первый национальный канал Белорусского радио**. Среди полученных оценок заметно преобладает положительная, отмечающая полное доверие. То, что передачам данного канала **доверяют полностью**, отметили почти 70% респондентов; менее трети (29,9%) – доверяют частично и лишь 1,3% – не доверяют. Оценка доверия по позиции «полностью доверяю» выше, чем по позиции «частично доверяю», на 39%.

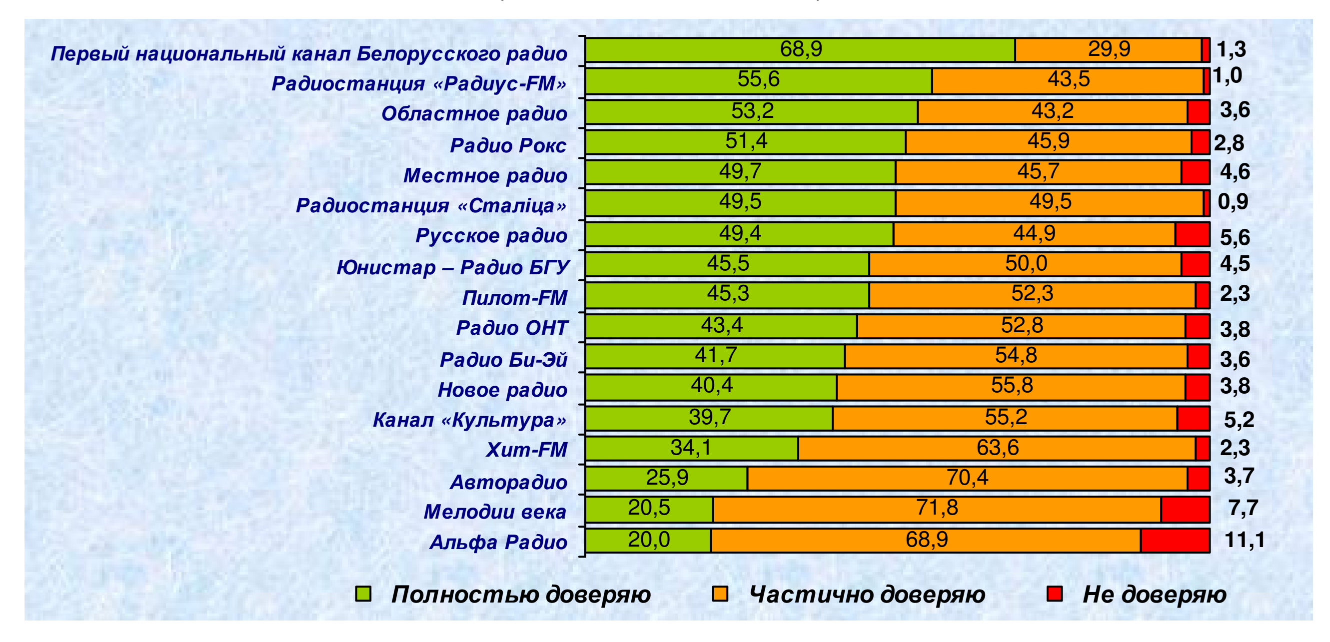
Радиостанция «Радиус-FM», областное радио, «Радио Рокс», местное радио, «Русское радио» составили группу источников радиоинформации, которой респонденты доверяют больше полностью, чем частично, но с заметно меньшим отрывом. Оценка доверия радиостанции «Радиус-FM» и радиоканалам областного радио по позиции «полностью доверяю» выше, чем по позиции «частично доверяю», на 10–12%; «Радио Рокс», радиоканалам местного радио, каналу «Русское радио» – на 4,0–5,5%.

Мнения слушателей радиостанции «Сталіца» разделились: 49,5% респондентов отметили свое полное доверие, остальные – лишь частичное.

Слушатели оставшихся десяти оцениваемых радиоканалов дали преимущественно оценку «частично доверяю». Оценка «полностью доверяю» находится в диапазоне от 20,0% до 45,5%, «частично доверяю» – от 50,0% до 68,9%. Возглавляют данную группу каналов «Юнистар – Радио БГУ», «Пилот-FM»; замыкают – «Мелодии века» и «Альфа Радио». По двум последним каналам наиболее высок уровень недоверия получаемой информации (оценка «не доверяю» – 7,7% и 11,1% соответственно), см. диаграмму 50.

Диаграмма 50

Доверие слушателей
информации, транслируемой на радиоканалах
(% от числа слушателей соответствующего канала)



4.4. Современное состояние и перспективы развития сети Интернет в белорусском обществе в оценках населения

Услугами сети Интернет **пользуются 27,3% опрошенного взрослого населения** страны[10]. Интернет-сайты чаще посещает молодежь (61,6%), в частности студенты и учащиеся (74,3%). К Интернету обращаются каждый третий горожанин и 7,5% опрошенных сельских жителей.

Пользователи сети Интернет представлены следующими категориями граждан:

по полу: мужчин несколько больше, чем женщин (см. диаграмму 51);

по возрасту: половина молодых людей в возрасте до 30 лет; граждан старшего возраста (50 и более лет) менее 5% от всего количества пользователей (см. диаграмму 52);

по уровню образования: чаще граждане с высшим и средним специальным образованием (см. диаграмму 53);

по месту проживания: преимущественно жители городов (см. диаграмму 54).

---

[10] По данным Международного союза электросвязи, в 2008 году в Беларуси в качестве пользователей сети Интернет зарегистрировано 2 908 800 человек. По количеству пользователей интернет-ресурсов на 100 тыс. населения Беларусь занимает первое место в СНГ и превышает среднемировые показатели.

Диаграмма 51

Характеристика пользователей сети Интернет по полу

(в % от числа пользователей сети)

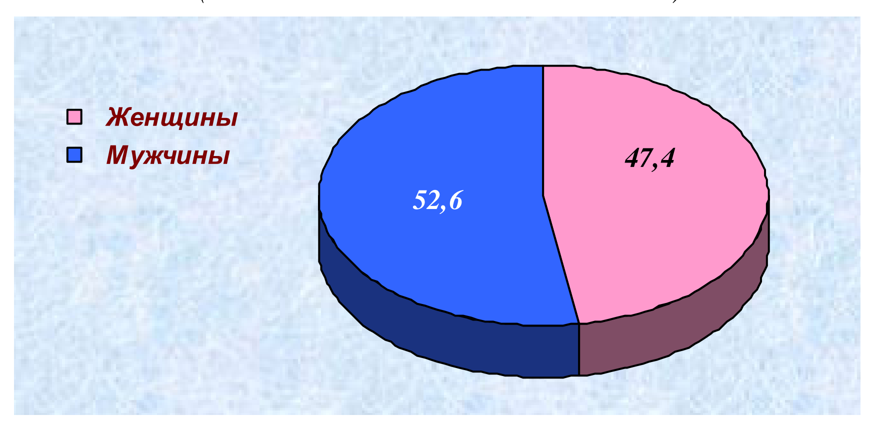


Диаграмма 52

Характеристика пользователей сети Интернет по возрасту

(в % от числа пользователей сети)

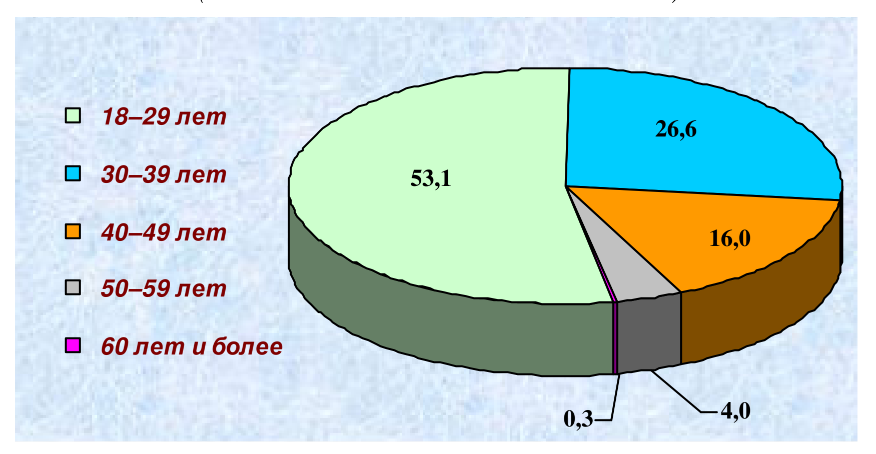


Диаграмма 53

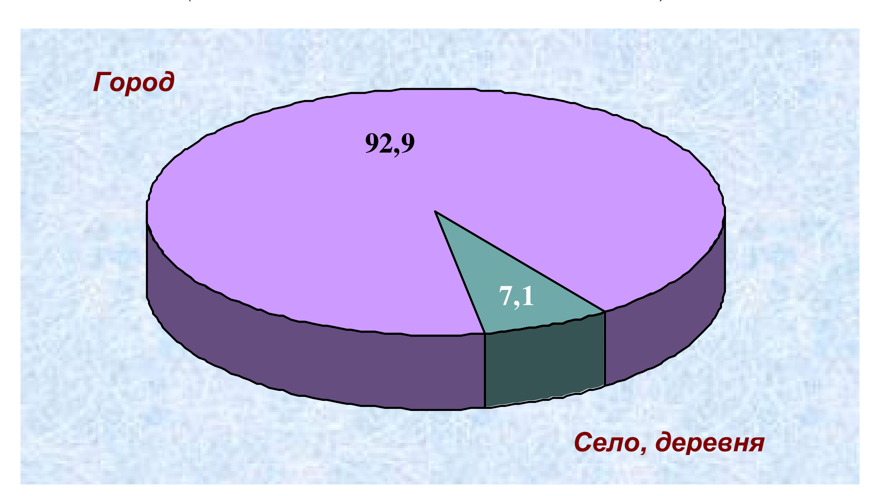
Характеристика пользователей сети Интернет по образованию

(в % от числа пользователей сети)



Диаграмма 54

Характеристика пользователей
сети Интернет по месту проживания
(в % от числа пользователей сети)



Наиболее многочисленную социальную группу **среди пользователей Интернета** составляют студенты и учащиеся (21,4%). Несколько меньше пользователей среди:

специалистов:
производственной или коммерческой сферы – 12,6%;
бюджетной сферы (учителя, врачи и т. п.) – 11,1%;
рабочих:
промышленности, строительства и т. д. – 12,0%;
сферы обслуживания (торговля, общепит и т. д.) – 9,7%;
предпринимателей – 3,4%;
безработных – 3,1%.

По тематической направленности интернет-порталов, к которым обращаются пользователи сети, наиболее предпочтительными являются **досугово-развлекательные и игровые** (**66,3%**). **Информационно-новостные** – на втором месте (**56,9%**). Многие респонденты обращаются к научно-образовательным интернет-ресурсам (37,1%); каждый пятый пользователь отметил административно-правовые порталы, а каждый десятый – социально-политические, коммерческо-корпоративные. Сайты общественных организаций, политических партий и движений указали только 4,3% респондентов.

Молодежь (студенты и учащиеся в особенности) активнее остальных граждан посещает досугово-развлекательные, игровые интернет-ресурсы.

Информационно-новостные сайты большим спросом пользуются у мужчин.

Веб-сайты научно-образовательного направления более востребованы студентами и учащимися, а также женщинами.

Административно-правовые и социально-политические сайты больший интерес вызывают у мужчин, чем у женщин.

Коммерческо-корпоративные сайты несколько чаще посещают студенты и учащиеся, а также мужчины (см. таблицу 4).

Таблица 4

Тематические направления интернет-ресурсов, наиболее популярные у отдельных групп пользователей сети

(% от числа соответствующей группы пользователей сети)

Тематическое направление интернет-сайтов	Все пользователи	Молодежь	Студенты (учащиеся)	Мужчины	Женщины
Досугово-развлекательные, игровые	66,3	**76,9**	**84,0**	66,7	65,5
Информационно-новостные	56,9	51,1	50,7	**65,0**	47,9
Научно-образовательные	37,1	40,3	**42,7**	29,5	**46,1**
Административно-правовые	18,6	14,0	9,3	**21,9**	15,2
Социально-политические	10,6	7,0	9,3	**13,1**	7,3
Коммерческо-корпоративные	8,6	9,7	**12,0**	10,9	6,1
Общественных организаций, политических партий и движений	4,3	3,2	4,0	6,0	2,4
Другие	3,1	3,2	1,3	2,7	3,6

Оценивая выборочно популярность отдельных веб-сайтов, можно отметить, что спросом у граждан пользуется прежде всего **новостная лента портала TUT.by** (news.tut.by). Ее посещают **36,6%** пользователей.

10% и более респондентов посещают такие сайты как: Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь (pravo.by), БелТА (belta.by), РИА «Новости» (rian.ru), русскоязычная версия сайта BBC и оппозиционный сайт «Белорусские новости» (naviny.by).

Менее 10% респондентов пользуются государственным сайтом «Беларусь сегодня» (sb.by); российскими Newsru.com, Lenta.ru; сайтом газеты «Комсомольская правда» в Белоруссии» (kp.by), см. диаграмму 55.

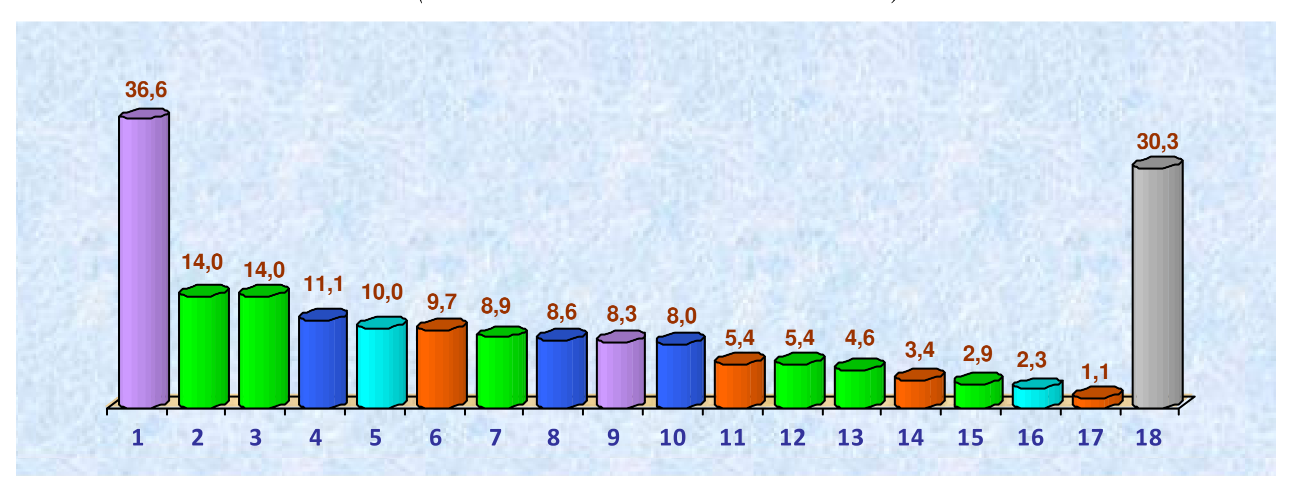
Пользователи сети Интернет чаще наделяют **положительными качествами российские сайты – 73,2%** респондентов. Далее следуют **белорусские сайты – 55,5%**. В отношении других зарубежных ресурсов сети, кроме российских, преобладают отрицательные оценки их качества.

Несмотря на то что в целом респонденты дали больше положительных характеристик белорусским сайтам, соотношение положительных и отрицательных качеств, которыми пользователи наделили российские интернет-ресурсы, значительно перевесило такое же соотношение, касающееся белорусских сайтов (см. диаграмму 56).

Диаграмма 55

Востребованность интернет-сайтов пользователями сети

(в % от числа пользователей сети)



НЕЗАВИСИМЫЕ

1. Новостная лента портала TUT.by (news.tut.by)
9. «Комсомольская правда» в Белоруссии» (kp.by)

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ

2. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь (pravo.by)
3. БелТА (belta.by)
7. «Беларусь сегодня» (sb.by)
12. Совет Министров Республики Беларусь (government.by)
13. «Интерфакс-Запад» (interfax.by)
15. «Рэспубліка» (respublika.info)

РОССИЙСКИЕ

4. РИА «Новости» (rian.ru)
8. Newsru.com
10. Lenta.ru

ОППОЗИЦИОННЫЕ

6. «Белорусские новости» (naviny.by)
11. Белсат (belsat.eu)
14. «Хартия-97» (charter97.org)
17. АФН (afn.by)

ЗАПАДНЫЕ

5. BBC (русскоязычная версия) http://news.bbc.co.uk/hi/russian/news/
16. Немецкая волна (русскоязычная версия) http://www.dw-world.de/dw/

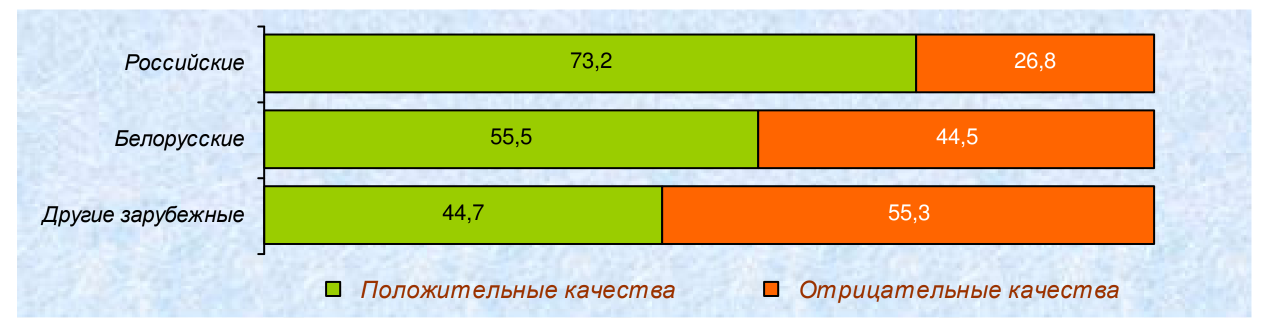
ДРУГИЕ

18. Другие сайты

Диаграмма 56

Качества, присущие ресурсам сети Интернет

*(удельный вес положительных и отрицательных качеств в общем их числе, в % от числа ответивших на вопрос пользователей)**



****Положительные качества** ресурсов сети Интернет: объективность и достоверность освещаемых событий; актуальность и значимость материала; доступность для понимания и восприятия материала; убедительность, аргументированность информации; отражение различных точек зрения; литературный язык.*

***Отрицательные качества** ресурсов сети Интернет: искажение информации; погоня за «сенсацией», «жареными фактами»; однообразие и штампы в подаче материала; односторонность в подаче информации; мало критических материалов; сложные тексты, перегружены специальной терминологией; засоренность сленгом, иностранными словами, нелитературными выражениями.*

Согласно оценкам пользователей сети Интернет, белорусским сайтам положительные качества присущи с небольшим перевесом над отрицательными. В российских интернет-ресурсах заметно преобладают положительные качества, а в других зарубежных – отрицательные (см. таблицу 5).

Таблица 5

Качества, присущие интернет-сайтам*

(% от числа пользователей ресурсов сети)

Белорусские сайты	Российские сайты	Другие зарубежные сайты
Актуальность и значимость материала	Объективность и достоверность освещаемых событий	Искажение информации
Однообразие и штампы в подаче материала	Убедительность, аргументированность информации	Погоня за «сенсацией», «жареными фактами»
Односторонность в подаче материала	Отражение различных точек зрения	Отражение различных точек зрения
Доступность для понимания и восприятия информации	Доступность для понимания и восприятия информации	Сложные тексты, перегружены специальной терминологией
Применение литературного языка		Засоренность сленгом, иностранными словами, нелитературными выражениями
Мало критических материалов		

**Характеристики, наиболее свойственные группам сайтов, представлены по степени убывания.*

Распределение ответов посетителей интернет-ресурсов показало, что среди предложенных для оценки сайтов **наибольшим доверием** у своей аудитории пользуются два: Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь (pravo.by) и сайт Совета Министров Республики Беларусь (government.by). Среди полученных оценок преобладает положительная, отмечающая полное доверие посетителей данным веб-сайтам (более половины респондентов). Так, информации Национального правового интернет-портала Республики Беларусь большинство его посетителей **(59,4%) доверяют полностью**, более трети (35,9%) – доверяют частично и лишь 4,7% – не доверяют.

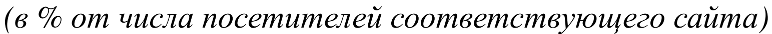
Посетители остальных шестнадцати оцениваемых интернет-сайтов дали преимущественно оценку «частично доверяю». Среди них отдельной группой выделились три информационно-новостных сайта – новостная лента портала TUT.by (news.tut.by), БелТА (belta.by), Newsru.com. Среди их пользователей отсутствуют те, которые вообще не доверяют информации данных сайтов (процент недоверия равен 0%).

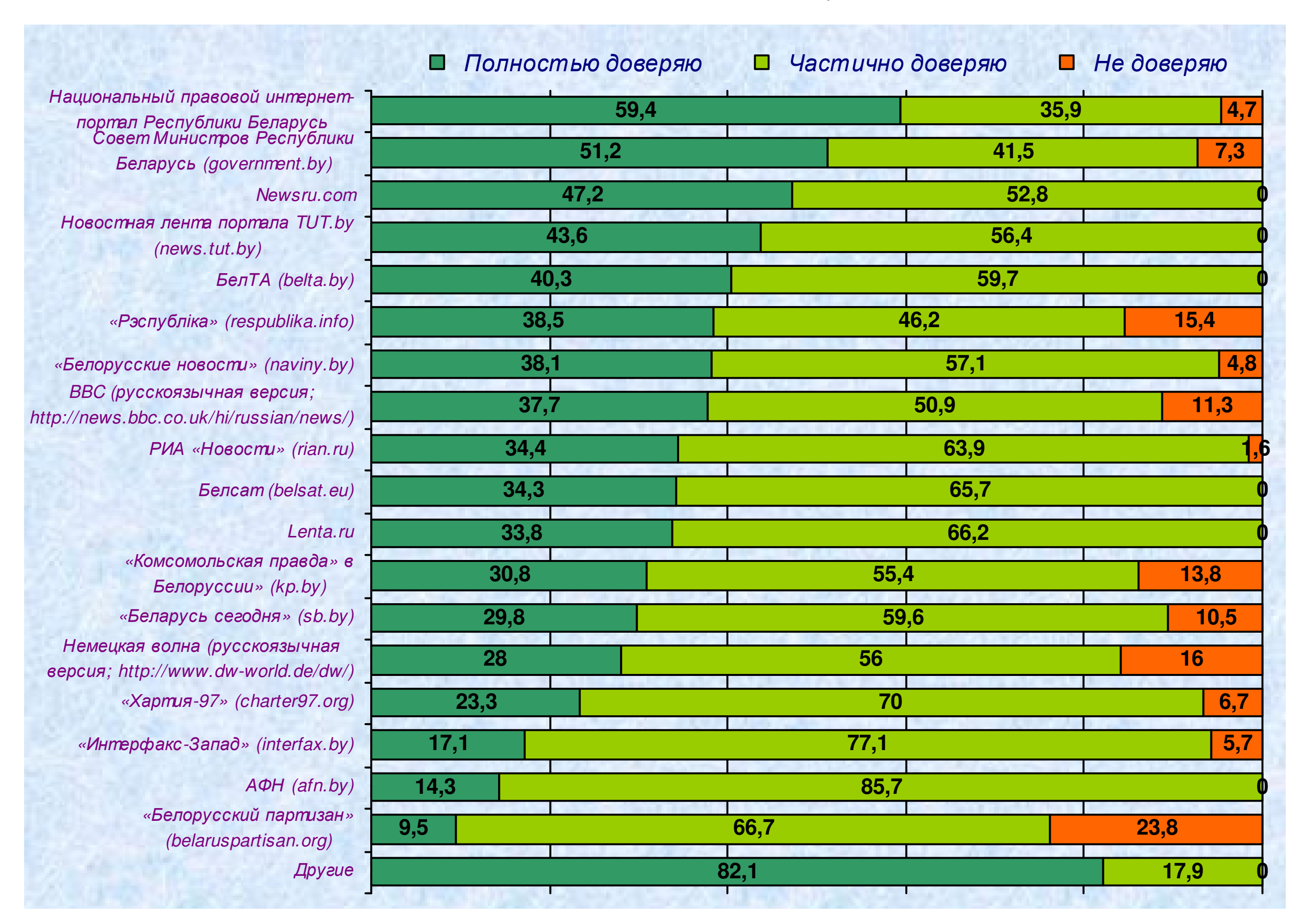
Наиболее высок уровень недоверия информации, размещаемой на сайте «Белорусский партизан» (belaruspartisan.org). Оценку «не доверяю» дал почти каждый четвертый посетитель данного сайта и лишь каждый десятый подчеркнул свое полное доверие.

Полученные результаты опроса показали, что подавляющее большинство пользователей сети Интернет (71,8%) посещают какой-либо другой сайт (без указания его названия). Посетители «других» сайтов в подавляющем большинстве (82,1%) выражают полное доверие получаемой на них информации (см. диаграмму 57).

Диаграмма 57

Доверие информации, размещенной на интернет-сайтах, со стороны их посетителей


(в % от числа посетителей соответствующего сайта)



Пользователи сети Интернет читают газеты в электронном формате. Среди них «Комсомольская правда» (5,7%), «Из рук в руки» (2,0%), «Советская Белоруссия» (1,7%), «Наша ніва» (1,7%), «Аргументы и факты» (1,4%) и еще свыше 20 наименований газет, названных 1–3 респондентами.

Граждане обращаются к интернет-порталам прежде всего дома (81,7% пользователей), на работе (43,4%); каждый десятый – в интернет-клубах, игровых клубах и компьютерных залах (12,3%), у друзей, знакомых, родственников (11,7%), в учреждениях связи, в библиотеках и т. п. (10,0%).

Половина пользователей интернет-ресурсов (50,3%) обращаются к сети **ежедневно**; каждый четвертый (27,4%) – несколько раз в неделю, остальные – несколько раз в месяц и реже.

Если происходят **важные события**, то за необходимой информацией граждане обращаются прежде всего **к российским** ресурсам сети Интернет (**60,9% пользователей**). Почти в 2 раза меньше респондентов получают нужные им сведения из **белорусских** интернет-ресурсов (**32,3%**). Еще меньше граждан обращаются к другим зарубежным порталам (8,9%).

С возрастом у пользователей сети увеличивается интерес к информационно-новостным сайтам и уменьшается – к досугово-развлекательным. Уровень посещаемости досугово-развлекательных сайтов гражданами с высшим образованием заметно ниже в сравнении с гражданами более низкого образовательного уровня. У людей с высшим образованием больший интерес вызывают информационно-новостные сайты. С увеличением возраста и уровня образования у пользователей сети Интернет возрастает интерес к информации административно-правовых сайтов (см. таблицу 6).

Таблица 6

Интернет-ресурсы определенной тематики, которые выбирают различные по возрасту и образованию группы пользователей сети

(% от числа соответствующей группы пользователей сети)

Тематическое направление	Все пользо-ватели	Возраст				Образование			
		18–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50 лет и старше	Среднее	Среднее специальное	Неокон-ченное высшее	Высшее
Досугово-развлекательные	66,3	**76,9**	57,0	50,0	53,3	**77,1**	67,4	**86,3**	56,6
Информационно-новостные	56,9	51,1	60,2	**66,1**	**73,3**	41,7	55,8	**66,7**	58,5
Научно-образовательные	37,1	40,3	30,1	35,7	**46,7**	27,1	38,4	**45,1**	38,4
Административно-правовые	18,6	14,0	21,5	**26,8**	**26,7**	6,3	17,4	15,7	**23,9**
Социально-политические	10,6	7,0	15,1	14,3	13,3	10.4	10,5	7,8	11,9
Коммерческо-корпоративные	8,6	9,7	6,5	7,1	13,3	8,3	10,5	13,**7**	5,7
Общественных организаций, политических партий и движений	4,3	3,2	4,3	7,1	13.3	2,1	4,7	3,9	5,0
Другие	3,1	3,2	3,2	1,8	6,7	2,1	3,5	2,0	3,8

Подводя итог первому объемному исследованию, проведенному в Республике Беларусь в области оценки медийных ресурсов, необходимо констатировать, что национальные государственные СМИ сегодня задают тон на информационном поле страны (за исключением интернет-ресурсов) и пользуются доверим граждан. Вместе с тем во всех сегментах информационного рынка наблюдаются определенные тенденции по неудовлетворенности населения работой белорусских СМИ. Это проявляется в желании искать альтернативные традиционным и официальным источники информации; чаще обращаться к сети Интернет, спутниковому и кабельному телевидению как техническим способам передачи информационных сообщений. Наблюдается изменение природы отдельных СМИ – прежде всего радио. Население все меньше рассматривает его как источник информации и чаще обращается к нему за удовлетворением своих досуговых интересов. Снижается интерес к печатным средствам массовой информации среди молодежи (по причине популярности в этой целевой группе других информационных ресурсов) и пенсионеров (по экономическим соображениям).

5. Социологические оценки имиджеобразующих мероприятий белорусского государства

За небольшой период истории Республики Беларусь как суверенного государства в обществе еще только формируются собственные национальные традиции и определяются основные ориентиры, по которым можно судить об имидже страны и ее гражданах.

Совершенно очевидно, что за последние годы оформились два национальных праздника, которые определяют подходы руководства страны к формированию имиджа государства. Это сочетание лучших традиций, которые существуют в менталитете, этнических чертах белорусов и формируют у молодой нации новые подходы к национальной самоиндентификации.

Имиджеобразующими событиями для белорусского государства в полной мере можно считать фестиваль-ярмарку тружеников белорусского села «Дажынкі» и Международный фестиваль «Славянский базар в Витебске».

Если первое мероприятие имеет свою национальную аудиторию, то второе широко известно не только в стране, но и далеко за ее пределами, поскольку из скромной встречи артистов славянских стран фестиваль превратился в форум всемирного масштаба. Оба фестиваля имеют одну общую особенность – удивительно притягательную силу и популярность и уже много лет являются примером сочетания добрых традиций и новых творческих находок.

Есть и еще одна общая черта у этих двух праздников – масштабные капиталовложения в развитие малых городов, в древний белорусский город Витебск. О том, как население страны воспринимает усилия государства в этом направлении, можно судить по результатам социологических опросов, которые проводятся накануне и во время этих республиканских праздников.

5.1. Республиканский фестиваль-ярмарка тружеников села «Дажынкі». Взгляд из регионов

Республиканский фестиваль-ярмарка тружеников села «Дажынкі» по традиции проводится в малых белорусских городах. В 2009 году фестиваль проводился в 13-й раз. Эстафету ежегодного праздника урожая от районного центра Орша принял один из старейших городов Брестской области Кобрин [11].

[11] На протяжении нескольких лет проводятся оперативные социологические исследования с целью изучения мнения жителей регионов по вопросам, связанным с подготовкой и проведением республиканского фестиваля-ярмарки тружеников села «Дажынкі». В 2008 году было опрошено 605 жителей г.Орши. В 2009 году анкетный опрос проводился в г.Кобрине, опрошено 404 респондента. Формирование выборки осуществлялось по следующим критериям: социально-профессиональная категория, пол, возраст.

Материалы опросов, проведенных в Кобрине накануне праздничных мероприятий, позволяют определить, какое место фестиваль-ярмарка занимает в повседневной жизни населения регионов Беларуси.

Традиционно подавляющее большинство жителей республики положительно относятся к проведению ежегодного фестиваля-ярмарки «Дажынкі». В Кобрине такую оценку высказали 88,7% респондентов. То, что праздник проходит именно в их городе, устраивает 92,8% опрошенных. Это объясняется тем, что 86,1% респондентов воспринимают проведение фестиваля как возможность улучшить облик города, его инфраструктуру. Каждый третий опрошенный (32,2%) в качестве положительных моментов проведения «Дажынак» отметил то, что лучшие труженики села получают заслуженный почет, уважение и вознаграждение за свою работу; каждый пятый (20,5%) считает, что это мероприятие способствует повышению престижа труда в сельском хозяйстве; а для 14,9% – это возможность интересно провести свободное время, культурно отдохнуть.

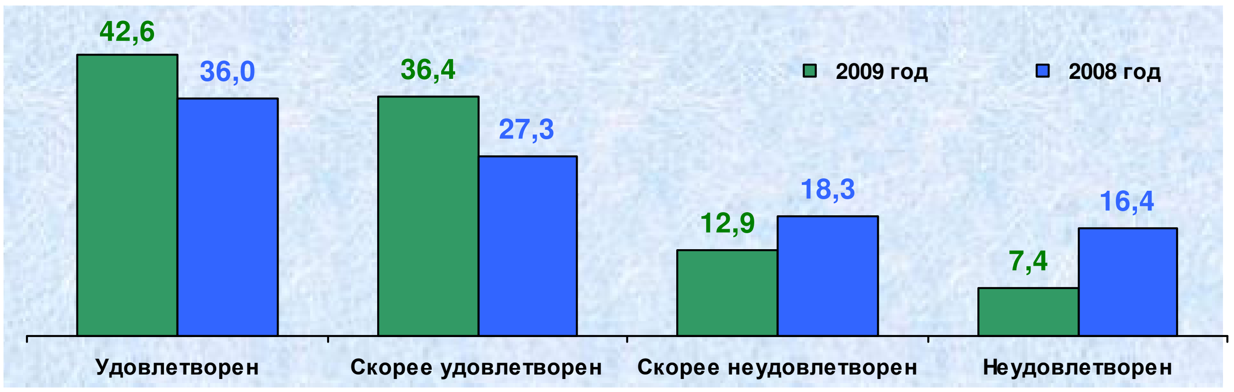
На вопрос «*Как меняется Ваш интерес к «Дажынкам?*» половина респондентов (51,2%) ответили, что он повышается; 38,4% считают, что не меняется. О снижении своего интереса к фестивалю говорят только 6,4% опрошенных жителей города; 5,2% указали, что проведение фестиваля-ярмарки проходит из года в год однообразно.

Подготовкой Кобрина к «Дажынкам» **в той или иной мере удовлетворены, по данным проведенного опроса, 79,0%** респондентов (в прошлом году подготовкой Орши были удовлетворены 63,3% опрошенных), см. диаграмму 58.

Диаграмма 58

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Удовлетворены ли Вы подготовкой города к «Дажынкам»?





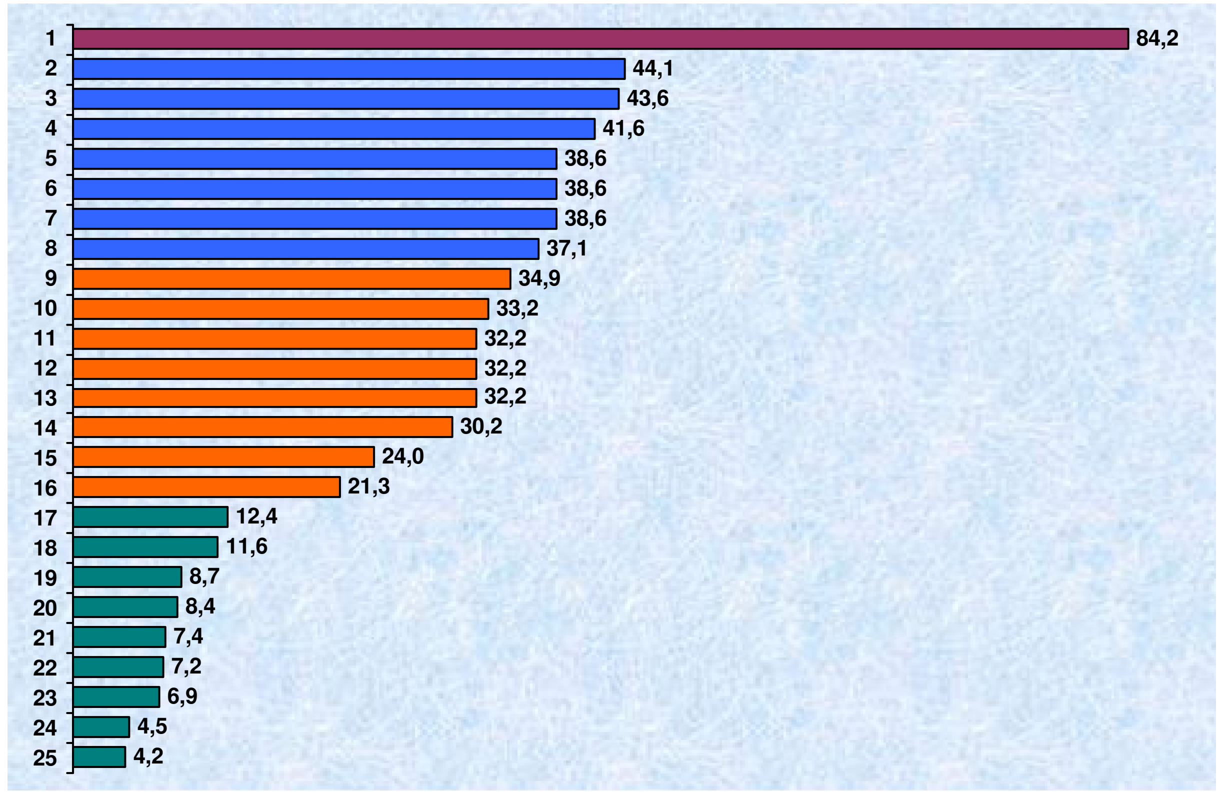
Большинство опрошенных жителей Кобрина (83,9%) положительно относятся к работам по реконструкции города, так как это, по их мнению, важно для благоустройства и улучшения условий проживания в нем. 12,9% участников опроса испытывают некоторый дискомфорт, но понимают, что это временные трудности.

Среди **позитивных моментов** подготовки города к фестивалю населением прежде всего было отмечено **асфальтирование улиц (84,2%)**, см. диаграмму 59. От 44 до 35% респондентов указали на капитальный

Диаграмма 59

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Какие наиболее положительные моменты подготовки г. Кобрина к «Дажынкам» Вы можете отметить?»

(в % от числа опрошенных)



1. Асфальтирование улиц
2. Капитальный ремонт многоквартирных жилых домов и благоустройство дворовых территорий
3. Реконструкция и благоустройство городского парка им. А.В. Суворова
4. Проведение новых коммуникаций
5. Внедрение новых подходов к озеленению и цветочному оформлению города
6. Возведение нового Дома культуры на месте прежнего
7. Обустройство набережной реки Муховец
8. Возведение аквапарка
9. Капитальный ремонт отделений районной больницы
10. Покраска фасадов домов города
11. Благоустройство окраин города с проведением канализации, заменой водопровода
12. Возведение ледовой арены
13. Появление новой пешеходной улицы Суворова
14. Благоустройство улиц в районах частной застройки
15. Возведение амфитеатра
16. Строительство нового моста (вместо прежнего Пинского)
17. Реконструкция стадиона «Юность»
18. Реконструкция железнодорожного вокзала
19. Модернизация гостиницы «Беларусь»
20. Строительство гидроузла с гидроэлектростанцией
21. Реконструкция плавательных бассейнов
22. Строительство гребного канала и гребной базы
23. Установка на пл. Ленина нового архитектурного сооружения – скульптурной композиции, посвященной бывшим владельцам г. Кобрина (князю Владимиру Васильковичу и княгине Ольге)

ремонт многоквартирных жилых домов и благоустройство дворовых территорий, реконструкцию и благоустройство городского парка, проведение новых коммуникаций, внедрение новых подходов к озеленению и цветочному оформлению города, возведение нового Дома культуры на месте прежнего, обустройство набережной реки Муховец,

возведение аквапарка, капитальный ремонт отделений районной больницы.

От 21 до 30% отметили покраску фасадов домов, благоустройство окраин города с проведением канализации и заменой водопровода, возведение ледовой арены, появление новой пешеходной улицы, благоустройство улиц в районах частной застройки, возведение амфитеатра, строительство нового моста.

Респондентам было предложено оценить **качество благоустройства города** в преддверии празднования «Дажынак». По мнению каждого десятого опрошенного в Кобрине (9,9%), благоустройство города выполнено на высоком уровне. В 2008 году большее число жителей Орши (17,0%) дали таким работам высокую оценку. В остальном мнение жителей Кобрина и Орши в целом совпадает. Примечательно, что **более половины участников опроса в обоих городах** (жители Кобрина – 56,7%, жители Орши – 53,1%) склоняются к тому, что **«оценить качество выполненных работ можно будет спустя некоторое время»** (см. диаграмму 60).

Диаграмма 60

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Как Вы оцениваете качество благоустройства города в преддверии празднования «Дажынак»?

(в % от числа опрошенных)

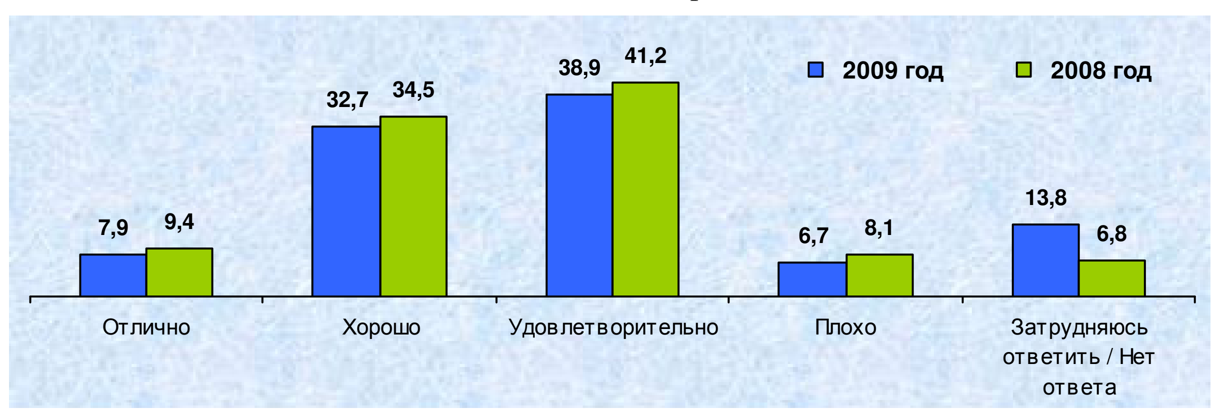


Жители Кобрина дали **также оценку работе городских властей по организации** подготовки к проведению «Дажынак». Мнение опрошенных по этому поводу неоднозначно: 40,6% дали оценку «хорошо» и «отлично», практически такое же число респондентов дали оценку «удовлетворительно». Примерно аналогично оценивали работу городских властей и жители Орши в прошлом году (см. диаграмму 61).

Диаграмма 61

Распределение ответов респондентов на вопрос
«Какую оценку Вы поставили бы городским властям за организацию работы по проведению «Дажынак»?

(в % от числа опрошенных)



5.2. Международный фестиваль «Славянский базар в Витебске» в информационно-культурном пространстве

Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске» – долгосрочная, крупномасштабная, межгосударственная культурная акция, которая ориентирована на объединение многонациональных творческих сил, всего самого ценного, чем славится каждая из национальных культур, на взаимодействие и взаимопроникновение разных культур, духовное единение народов мира, создание мирного сообщества. Фестиваль «Славянский базар в Витебске» имеет открытый, массовый характер. Он призван поддерживать молодые таланты и новаторство в культуре и искусстве.

Однако фестиваль объединяет не только деятелей культуры и искусства. В состав оргкомитета международного фестиваля входят также видные политики, общественные деятели трех славянских государств – Беларуси, России, Украины.

Фестивальный девиз: «Через искусство – к миру и взаимопониманию!». Основополагающая идея музыкального форума – призыв к миру, красоте, гармонии и совершенству. В рамках XVIII Международного фестиваля «Славянский базар в Витебске» было проведено комплексное социологическое исследование, которое позволяет наглядно представить, какое место эта культурная акция занимает в общественно-политической жизни страны [12].

[12] С целью изучения общественного мнения о Международном фестивале искусств «Славянский базар в Витебске» Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь проведены телефонный опрос населения страны, анкетный опрос зрителей мероприятий форума, а также стандартизированные экспертные интервью. Всего было опрошено: 604 респондента в городе Минске, во всех областных и ряде районных центров Беларуси, 2 286 зрителей состоявшихся 11 мероприятий фестиваля, а также 57 экспертов из Беларуси, Литвы, Латвии, России, Украины, Молдовы, Словакии в области организации массовых культурных мероприятий, шоу-бизнеса, средств массовой информации, которые были аккредитованы на форуме.

Интерес белорусских граждан к Международному фестивалю «Славянский базар в Витебске»

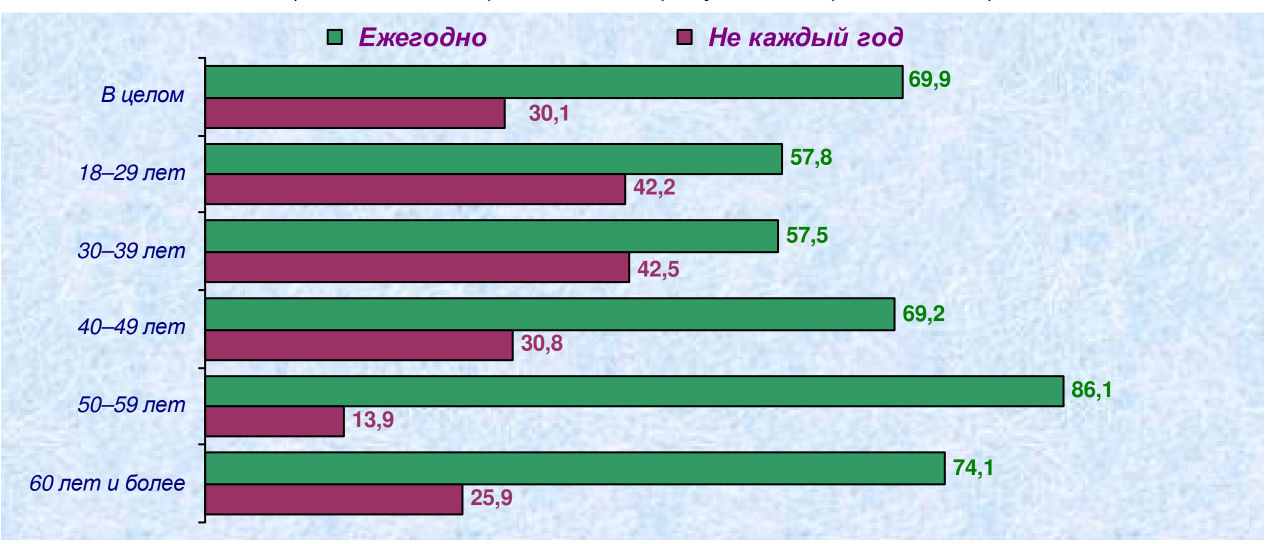
Как показал опрос населения Беларуси, граждане проявляют **большой интерес** к «Славянскому базару». **76,7% респондентов** смотрели, слушали, лично участвовали в мероприятиях фестиваля. Значительный интерес форум вызывает у людей старшего возраста (50–59 лет). Меньше интересуются им респонденты до 40 лет (см. диаграмму 62).

Вообще не интересуются фестивалем около **23%** опрошенных. Среди них молодежь составляет почти 30%. **Принципиальное неприятие форума** (не нравится сама идея или организация фестиваля) высказывают около **4%** участников опроса. Большинство респондентов не интересуются фестивалем из-за отсутствия свободного времени, интереса к музыкальным программам, потому что вообще не смотрят телевизор.

Диаграмма 62

Проявление интереса граждан
к «Славянскому базару в Витебске» в зависимости от возраста

(в % от числа граждан, интересующихся фестивалем)



Характерно, что более 60% опрошенных в республике граждан хотели бы побывать на «Славянском базаре в Витебске», но по определенным причинам не могут этого сделать. Среди таковых названы прежде всего финансовые проблемы, загруженность по работе, отсутствие свободного времени, личные проблемы и др. Ни при каких обстоятельствах не собирались ехать в нынешнем году на фестиваль почти 38% респондентов.

Как отметили **36%** участников республиканского опроса, их личный интерес к «Славянскому базару» из года в год **повышается**. Около 53% сохраняют прежний уровень заинтересованности. Постепенно снижается интерес к фестивалю лишь у 6% респондентов.

По мнению подавляющего большинства опрошенных граждан (**85%**), организация проведения музыкального форума с каждым годом **улучшается** или остается на прежнем уровне. Большинство (60,5%) не усматривают недостатков в организации фестиваля. Остальные отметили лишь некоторые отрицательные моменты: из года в год на него приезжают одни и те же популярные артисты – 8%, программа однообразна, отсутствуют новые идеи по ее обновлению – 4,5%, уровень организации фестиваля проигрывает в сравнении с другими известными международными культурными форумами – 4%.

Сравнительный анализ оценок и представлений о Международном фестивале «Славянский базар в Витебске» населения Беларуси и экспертов

Для того чтобы лучше и нагляднее представлять, какое место занимает Международный фестиваль «Славянский базар в Витебске», в нынешнем году был проведен также опрос 50 гостей и участников форума, которых можно считать экспертами в области шоу-бизнеса, организации культурно-массовых мероприятий и средств массовой информации (см. диаграмму 63).

Диаграмма 63

Ответы экспертов на вопрос
«Славянский базар в Витебске» для Вас – это:
(в % от числа опрошенных)



На вопрос «Что для Вас «Славянский базар в Витебске?» три четверти опрошенных экспертов ответили, что **это международный культурный форум для Беларуси и других стран**. **Для 37% витебский фестиваль является телевизионным музыкальным шоу**. Более четверти экспертов воспринимают его как праздник для жителей города на Двине, а каждый четвертый – как форум поиска юных талантов. По мнению большинства экспертов (86%), «Славянский базар» дает старт для творческой карьеры молодых эстрадных исполнителей.

Основные вопросы, которые задавались населению, были заданы и представителям экспертного сообщества. Далее приведены варианты их ответов (в сравнении).

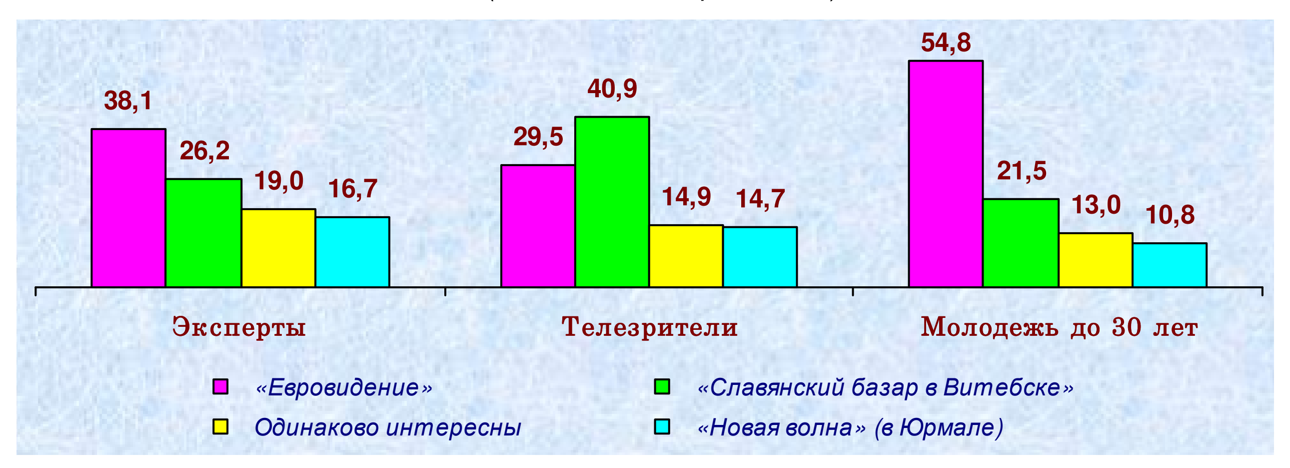
Отношение к Международному фестивалю «Славянский базар в Витебске» как к медиабрэнду

Как свидетельствует опрос граждан, практически все жители республики (96%), которых интересует фестиваль «Славянский базар», получают информацию о нем по телевидению, из газет – 20%, по радио – 10%. Следовательно, представление о витебском форуме у населения Беларуси в целом сформировано на основании того, что подают средства массовой информации, прежде всего телевидение. Именно от СМИ в значительной степени зависят восприятие фестиваля гражданами и интерес к нему не только в республике, но и в мире.

В связи с этим экспертам и населению был задан вопрос о значимости музыкального форума в Витебске как телевизионного шоу в сравнении с другими аналогичными форматами, к которым имеет доступ телезритель. Результаты ответов представлены на диаграмме 64.

Диаграмма 64

Ответы экспертов и населения на вопрос
«Какой, по Вашему мнению, из музыкальных конкурсов, транслируемых по телевидению, является наиболее интересным для телезрителей?»
(в % от числа опрошенных)



Как видно из диаграммы, мнения экспертов и населения несколько различаются. Если жители страны в целом больше интересуются трансляциями «Славянского базара», то экспертное сообщество и молодежная аудитория ставят «Евровидение» на первое место. Во всех группах практически одинаков удельный вес респондентов, кому интересны все телевизионные трансляции, в том числе и «Новая волна».

Эксперты следующим образом обосновывают свои взгляды. Большинство из них считают: на «Евровидении» задействовано больше технических, финансовых и организационных ресурсов, что придает

определенный масштаб конкурсу и делает его более ярким; каждый десятый в качестве главного положительного момента «Евровидения» отметил его интерактивность, причем в международном масштабе. Некоторые обратили внимание на то, что «Евровидение» и «Новая волна» изначально создаются в формате телевизионного шоу, а «Славянский базар» – это просто трансляция сценического действа.

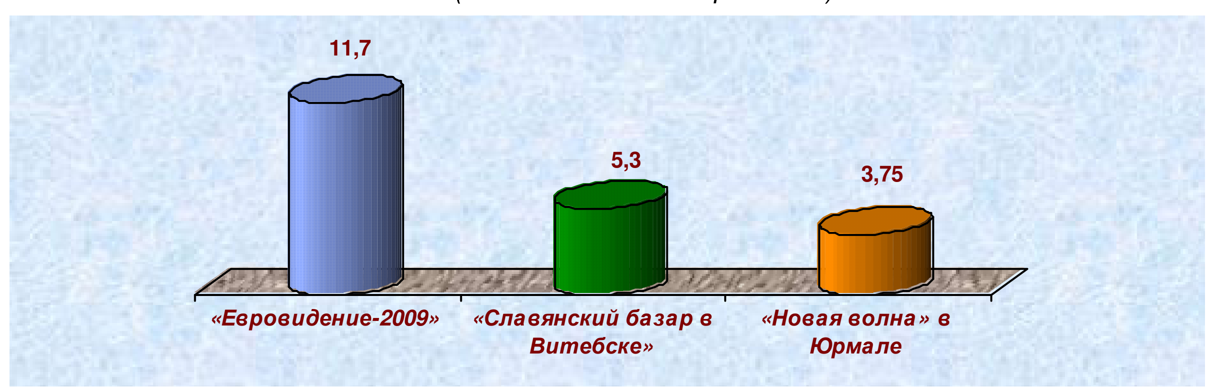
Преимущества телевизионных трансляций «Славянского базара» и «Новой волны» в сравнении с конкурсом «Евровидение» эксперты сформулировали очень общо: «более уникальны, самобытны, имеют более удобное время выхода в эфир».

Интересным в связи с этим представляется анализ телевизионной аудиторией Российской Федерации «Евровидения» и «Славянского базара» (российские СМИ в текущем году в своих материалах иногда называли его «славяновидением»). По данным TNS-Россия, «Славянский базар в Витебске» (торжественная церемония открытия, эфир 11.07.09, 20.15 мск) имел рейтинг 5,3% и собрал 3 450,0 тыс. зрителей, т. е. 21,1% от всех, кто в это время смотрел телевизор. В свою очередь финал «Евровидения–2009» (эфир 16.05.09, 23.00) получил рейтинг 11,7% и собрал аудиторию в 7 566,3 тыс. зрителей, т. е. 53,8% всех тех, кто в этот момент смотрел телевизор. Что же касается церемонии открытия конкурса молодых исполнителей «Новая волна», который проходил в Юрмале (эфир 28.07.09, 22.00 мск), то его популярность была ниже – 3,75%, аудитория составила 2 421,59 тыс. зрителей – 18,8% от всех смотревших телевизор в то время (см. диаграмму 65)[13].

Диаграмма 65

Рейтинг трансляции музыкальных конкурсов на телеканале «Россия»

(в % от числа всех зрителей)



Популярность основных мероприятий фестиваля в Витебске

Экспертное сообщество наибольшую привлекательность видит в песенном конкурсе, сольных концертах «звезд», торжественной церемонии открытия и закрытия витебского форума, детском эстрадном конкурсе (см. диаграмму 66).

[13] Информация предоставлена Российским некоммерческим партнерством «Медиакомитет»

Диаграмма 66

Ответы респондентов на вопрос
«Как Вы считаете, какие мероприятия фестиваля пользуются наибольшей популярностью?»
(в % от числа опрошенных)



Для сравнения на данной диаграмме представлено мнение экспертов и жителей Беларуси. Эксперты считают, что такие сегменты фестивальной программы как выставка «Город мастеров», театральные гастроли, художественная выставка также достаточно привлекательны для людей, но, **по оценкам населения, их фактическая популярность гораздо ниже (в 3 и более раз).**

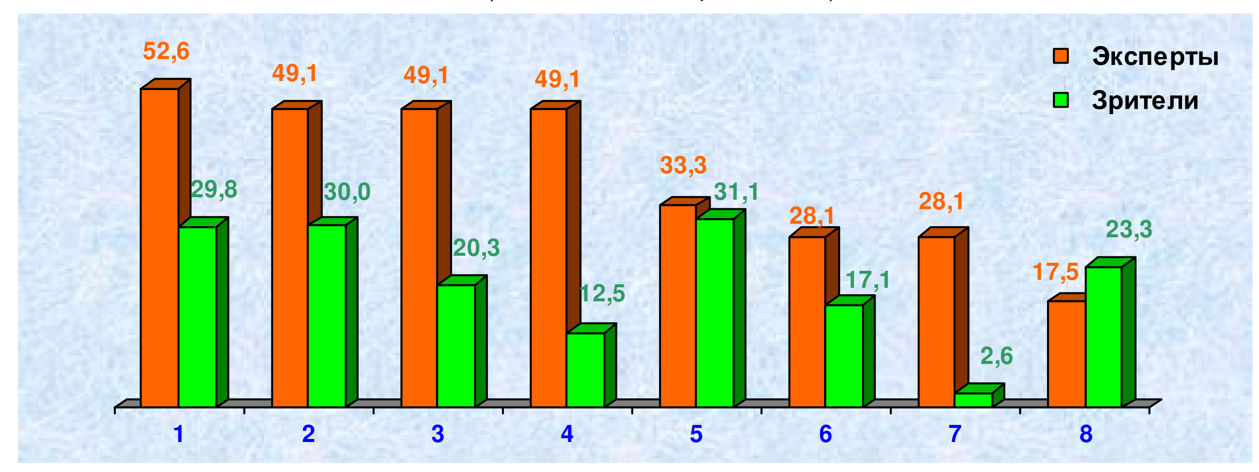
Уровень популярности концертных программ Дней России, Беларуси, Украины, города Москвы, наоборот, более высок у населения, чем у экспертов (36% против 26%). Особенно это касается лиц старшего возраста (до 50% – пенсионеров).

Степень важности фестивальных мероприятий и их влияние на имидж Беларуси

Взгляды экспертов и жителей республики на мероприятия форума совпадают только в том, что проведение фестиваля в Витебске – это хорошая возможность для презентации белорусской культуры и искусства (33% и 31% соответственно). **Другими словами, население и эксперты схожи в том, что имидж фестиваля – это имидж страны** (см. диаграмму 67).

Диаграмма 67

Ответы респондентов на вопрос
«Что, на Ваш взгляд, является наиболее важным в организации «Славянского базара в Витебске»?»
(в % от числа опрошенных)



1. Открытие новых имен творческой молодежи
2. Возможность познакомиться с творчеством (песенным, художественным и др.) исполнителей из других стран, расширить рамки своих представлений о культуре других народов
3. Способ пропаганды славянской культуры
4. Атмосфера радости, радушия, искреннего веселья, ощущение праздника в городе
5. Возможность презентации творчества представителей белорусской культуры («себя показать и на других посмотреть»)
6. Приезд в Беларусь зарубежных эстрадных «звезд»
7. Вручение специальной премии Президента Республики Беларусь «Через искусство – к миру и взаимопониманию»
8. Другое

Следует отметить, что по другим вопросам существуют значительные расхождения в оценках, а именно:

1. То, что **фестиваль «Славянский базар в Витебске» является способом пропаганды славянской культуры,** в экспертном сообществе считают почти 50% опрошенных. Однако среди населения Беларуси эту точку зрения разделяют только 20% респондентов.

2. Если 28% экспертов полагают, что достаточно важным событием для фестиваля является **приезд эстрадных «звезд»**, то среди населения – 17%.

3. 28% экспертов называют важным событием фестиваля вручение **премии Президента Республики Беларусь «Через искусство – к миру и взаимопониманию».** В то же время это событие привлекает лишь 3% населения страны.

4. Почти половина экспертов **ценят атмосферу радости и веселья, праздника** в городе в данные дни. Однако граждане относятся к этому спокойнее (лишь 13% придерживаются такого мнения).

5. Относительно позиций: **открытие новых имен творческой молодежи и возможность познакомиться с творчеством (песенным,**

художественным и др.) исполнителей из других стран, расширить рамки своих представлений о культуре других народов, также наблюдается существенная разница в оценках. Среди экспертов так считают 50%, среди населения – 30%.

Подобные расхождения могут свидетельствовать о том, что идея пропаганды именно славянской культуры как части мировой в форме простого конкурса эстрадной песни сегодня не совсем эффективна и уже слабо воспринимается населением. Вместе с тем эксперты по-прежнему рассматривают славянские и национальные белорусские этнокультурные черты как важные имидживые характеристики фестиваля «Славянский базар в Витебске», его сильные стороны, но достаточно критично воспринимают формы и способы их реализации (через традиционные Дни культуры России, Украины, Беларуси, г. Москвы).

Резюмируя итоги проведенных исследований, можно констатировать, что оба достаточно значимых имиджевых мероприятия пользуются популярностью у населения страны. Граждане в целом положительно оценивают тот позитивный вклад, который данные фестивали вносят в формирование национальных и культурных традиций государства и его народа. При этом основная идея фестиваля «Дажынкі» у жителей малых городов воспринимается как часть большой и кропотливой работы, которую государственные органы проводят в целях возрождения и развития села, роста авторитета сельского труженика.

Международный фестиваль «Славянский базар в Витебске» на сегодняшний день и населением республики, и экспертным сообществом оценивается как международный культурный форум и мировой медиабрэнд, занимающий достойное место среди аналогичных музыкальных мероприятий.

Сдано в набор ______.2009. Подписано в печать ______.2009.
Формат 60х841/16. Печать офсетная. Бумага мелованная.
Усл. печ. л. ___. Тираж ____ экз. Заказ _____.
Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь
220004, Минск, пр. Победителей, 7.
Лицензия на право осуществления издательской деятельности
№ 02330/0131908 от 08.02.2007 г.
Республиканское унитарное предприятие
«Издательство «Белорусский Дом печати».
220013, Минск, пр. Независимости, 79.